РУССКИЙ ЮВЕЛИР

март | 2010 (2)

pop-silver-art*

*Серебряное искусство в популярном исполнении

ISSN 1810-7311

Точка отсчета | День Якутии в Петербурге | Идеальные отношения | Механики и поэты

Crystalit® Corporation
ЮВЕЛИРНЫЕ КАМНИ. ЛЮБЫЕ. ВСЕГДА

НАДЕЖНОСТЬ

8 (800) 200 22 28
бесплатный звонок по России

111116, Россия, Москва, а/я 4
Авиамоторная ул., д. 4, корп. 3
тел.: (495) 223-9292
факс (495) 362-5325
e-mail: moskva@crystalit.ru

156000, Россия, г. Кострома
ул. Советская, д. 134/10
тел.: (4942) 32-12-81
факс (4942) 32-55-62
e-mail: kostroma@crystalit.ru

157940, Россия, Костромская обл.
пгт. Красное-на-Волге
ул. Луначарского, д. 2А, ТД «Метро»
тел.: (49432) 2-10-83, факс: (49432) 3-10-80
e-mail: krasnoe@crystalit.ru

AUTHORIZED DISTRIBUTOR
ENLIGHT
SWAROVSKI ELEMENTS

реклама

ОБЛОЖКА

Ювелирная компания «Сереброника»
г. Пермь, ул. Полины Осипенко, д. 51
тел.: (342) 241 17 83, 241 18 18
e-mail: serebronika@yandex.ru

ВЫСТАВКИ

6 Питер-Ювелир

8 Точка отсчета

44 Длинная жизнь отражения

54 Рождественский фестиваль в Сокольниках

КОНКУРС

10 Признание Петербурга

26 Ювелиры — XXI веку

ИНТЕРВЬЮ

16 Вместе мы — сила!

30 Актуальные вопросы отрасли

стр. 10
Признание Петербурга

стр. 18
День Якутии в Петербурге

СОБЫТИЯ

18 День Якутии в Петербурге

24 Знак Перхина

25 От Античности до Нового времени

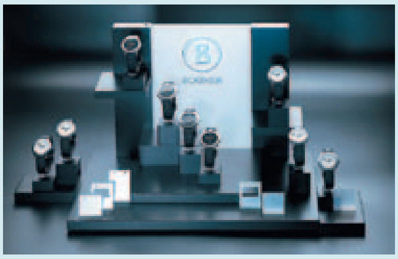
СЕРЕБРЯНЫЕ ИСТОРИИ

22 Готовимся к Пасхе

ПАРАДОКС представляет:

KLING THE EUROPEAN DISPLAY COMPANY

- Демонстрационное оборудование
- Упаковка
- Витринное оборудование



реклама

ПАРАДОКС®

197046, Санкт-Петербург, М. Посадская ул., 5
Тел. (812) 230 3048, ф. 380 94 90
e-mail: paradox@paradox.spb.ru

109147, Москва, ул. Марксистская, д. 34
Тел./факс: (495) 781-43-43, 911-61-11, 778-56-87
e-mail: moscow@paradox.spb.ru

www.paradox.spb.ru

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин
1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru
редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru
эксперт-геммолог
Михаил Чижов
дизайн и верстка
Екатерина Калинина
фото
Мария Баткова
рисунки
Екатерина Калинина
корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (901) 510-20-19, +7 (903) 599-59-97
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 327-75-65/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев
Валентин Скурлов

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
«Центр учета и аудита»

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 2, 2010 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» —
официальный информационный партнер
Гильдии ювелиров России

МАРКЕТИНГ

36 Реанимация ювелирного магазина…

ОСОБОЕ МНЕНИЕ

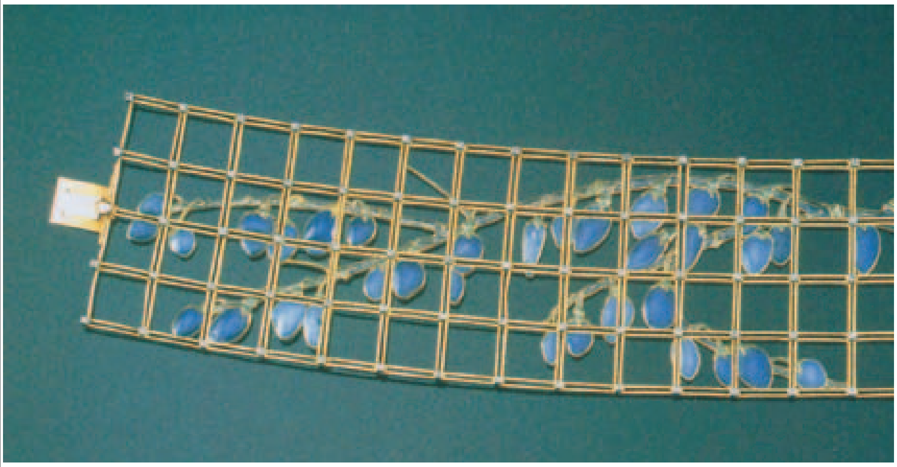
43 Идеальные отношения

ИСКУССТВОВЕДЕНИЕ

50 Мир Лалика

Joyeria intercontinental

стр. 62
Драгоценный камень цвета весны



стр. 50
Мир Лалика

ЧАСЫ

56 Механики и поэты

ГЕММОЛОГИЯ

62 Драгоценный камень цвета весны

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

66 С днем рождения!

стр. 44
Длинная жизнь отражения

реклама

КРАСЦВЕТМЕТ

Открытое акционерное общество
«Красноярский завод цветных металлов
имени В. Н. Гулидова»
Российская Федерация, 660027
г. Красноярск, Транспортный проезд, дом 1
тел.: (391) 264-20-33, 259-32-63
факс (391) 262-94-80
e-mail: orc@knfmp.ru
www.krastsvetmet.ru

Филиал ОАО «Красцветмет» в Москве:
Российская Федерация, 115184
г. Москва, ул. Новокузнецкая, 7/11, оф. 301
тел./факс: (495) 785-66-61, 788-54-92
e-mail: rmf@ncport.ru

ДИЛЕРЫ:

Москва
ООО «ТД «Ювелирконтракт»
тел.: (499) 249-39-49, 249-32-78
ООО «ТД «Камея Со»
тел. (495) 744-03-07
ООО «Русская платиновая компания»
тел.: (495) 517-74-46, 783-52-20
ЗАО «Эльтон»
тел.: (495) 225-92-50, 225-92-56

Санкт-Петербург
ООО «Ювелиры Северной столицы»
тел.: (812) 346-67-25, 449-55-17, 449-57-07
www.uss-spb.ru

Новосибирск
ООО «Компания ИФК»
тел. (383) 351-53-34, 355-86-50, 355-80-95

Екатеринбург
ИП Ляной Александр Вадимович
тел. (343) 212-40-66

Хабаровск
ЧП Шевелев Евгений Климентьевич
тел.: (4212) 45-40-75, 76-44-06

Красноярск
ООО ТПК «Русское золото»
тел.: (391) 222-14-66, 222-14-68

Улан-Удэ
ЗАО ТПК «Сапфир-Ювелир»
тел.: (3012) 21-77-74, 21-88-18

Кострома
ООО «ТД «Золотая линия»
тел. (4942) 31-89-81

Ростов-на-Дону
ООО «Дондрагмет»
тел. (86354) 5-10-12

Волгоград
ИП Назарова Ольга Витальевна
тел. (8442) 489-522

Благовещенск
ИП Симоненко Ольга Филипповна
тел.: (4162) 44-08-90, 44-47-82, 52-89-48

Официальные представители:

Украина
ООО «Центрумикс Трейд»
тел.: (38044) 206-36-65, 206-36-66, 206-36-67

Эстония
ТОО «Центрумикс»
тел.: (3726) 459-100, 443-526

Республика Казахстан
ТОО «Ювелирная компания «Алтын Уй»
тел.: (727) 379-67-87, 258-22-80

Анна Нечай

Питер-Ювелир

…Спустя несколько лет «РЕСТЭК» вернулся в Манеж. А вместе с ним блеск северных льдов, сиянье солнечных камней и новые сложные рисунки на дамасских клинках. В конце января — начале февраля в Петербурге подряд прошли две ювелирные выставки: в Манеже на Исаакиевской площади и в Ленэкспо. Их посетили более двадцати тысяч человек, а площадь экспозиции выросла на 30% и составила 1700 кв. м.

Помимо этого несравненно выросло качество предлагаемых ювелирных изделий, тех, которые сотворили наши соотечественники, и тех, которые «приехали» к нам из-за рубежа. Это талантливо сделанные современные стильные украшения, отвечающие вкусам не только взрослой части нашей страны, но и молодого, энергичного поколения, стремящегося за модой и за тем, чтобы быть всегда красивыми и в центре внимания. Ну а кто же не хотел бы этого?

За все годы своего существования выставка постепенно формировала свое лицо и высокий статус, но этот непростой год еще раз показал необходимость перемен. Определяющую роль в успешности выставочного бизнеса стали играть именно организаторы, способные привнести свой опыт в развитие проектов. Именно поэтому в 2010 году «Питер-Ювелир» вошел в программу «Ювелирная Россия», став еще одним проектом медиа-холдинга «РЕСТЭК JUNWEX».

И, как следствие, мы могли наблюдать хорошие розничные продажи, в том числе ювелирных изделий высокой ценовой категории (то есть «тяжеловесов»).

Дополнительными преимуществами выставки стали скидка на стоимость квадратного метра площади, широкие возможности выбора конфигурации стенда и его расположения, удобный доступ к витринам для покупателя, широкие проходы между стендами.

И конечно же, участники — талантливые ювелиры и их работы, поражающие воображение. Как, например, ювелиры из Якутии, представившие на своих стендах великолепные бриллианты — чистые, как только что выпавший снег, сияющие, как северное сияние, «непорочные», как наивная первая любовь, — удивительные украшения с драгоценными камнями, которые несут в себе все своеобразие и неповторимость якутской культуры.

Мастера из Калининграда привезли с собой изысканные украшения из янтаря, а также изделия с художественной резьбой по солнечному камню — представьте себе холодный камень, дарящий тепло.

Особого внимания заслуживают произведения известной петербургской мастерской-студии «Межов». Это эксклюзивные, единичные образцы авторского коллекционного оружия со сложной пластикой, с применением благородных металлов, используемых в ювелирном деле, украшенных драгоценными камнями, с дамасскими клинками различного рисунка.

На выставке можно было встретить полюбившийся горожанам творческий проект «Питерский Джем», который раскрывает красоту природных ювелирных камней высшего качества в индивидуальной петербургской огранке.

Уральские компании очаровали изделиями, в которых воплотились богатые традиции русской ювелирной школы и современного дизайна, ведь недаром Екатеринбург сегодня считается столицей ювелирной моды. На выставке «Питер-Ювелир» можно было увидеть лучшие творения уральских мастеров, способных минералы превратить в каменный цветок, а слитки золота в тонкую вязь замысловатых кружев.

Еще одно преимущество, предоставленное на выставке, — бесплатный доступ в Интернет для всех участников (Wi-Fi), что не менее интересно и является большой редкостью (я имею в виду то, что он был бесплатным в современном развитом мире).

Как Вы видите, уважаемый читатель, все это говорит о том, насколько было важно организаторам проекта, чтобы все желающие посетить эту выставку могли спокойно добраться до пункта назначения и чувствовали себя на ней, словно дома: комфортно и уютно.

Точка отсчета

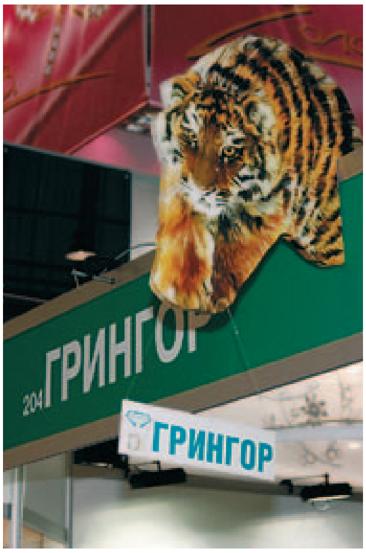
Статистика 2010:
Площадь выставки: 21 998 кв. м
Число участников: 589
Число посетителей: 31 127 человек
Число посещений специалистами: 15 375

Февраль для Петербурга давно уже стал знакомым событием — ведь выставка «JUNWEX Петербург» уже давно стала точкой отсчета событий, происходящих в ювелирной отрасли России. На деловых мероприятиях форума обсуждаются проблемы, подводятся итоги работы за год и задается вектор дальнейшего развития отрасли. Какие выводы можно сделать по прошествии выставки? Во-первых, все говорит о том, что ювелирный рынок начинает выходить из кризиса, приспособившись к новым условиям. Продолжается рост спроса на изделия из серебра, и в связи с этим Оргкомитет Программы «Ювелирная Россия» принял решение о формировании в 2011 году специализированной экспозиции в павильоне № 5. Приоритет будет отдан изделиям из серебра — как украшениям, так и посуде, а также «металлу будущего» — палладию.

С другой стороны, на рынке уже становится заметной нехватка золотых изделий. Многие участники по итогам выставки отмечали полностью распроданные складские запасы золотых украшений. Характерной чертой сегодняшнего рынка является усиливающаяся глобализация: крупные компании расширяют производство и организуют новые филиалы в городах, и даже небольшие предприятия стараются по возможности развивать свою торговую сеть. Свое место на рынке прочно заняли небольшие фирмы, которые противопоставили массовому производству эксклюзивный дизайн и творческую фантазию. А это, в свою очередь, заставляет традиционные компании не только «освежать» свои коллекции, но и искать новые подходы в работе с оптовиками.

Богат был «JUNWEX Петербург» и на деловые мероприятия. Так, например, 3 февраля состоялось собрание НП «Союз участников рынка ДМДК», на котором участники собрания пытались определить болевые точки отрасли, а также обсудить задачи и перспективы деятельности Союза. Более подробно тему создания нового союза, а также мнение руководителей компаний об этом мы рассмотрим на страницах следующего номера нашего журнала.

Но вернемся к выставке: по данным Клуба «Российская Ювелирная Торговля» закупки на «JUNWEX Петербург» совершили байеры из 79 ре-



гионов России. Если в прошлом году в связи с кризисом наблюдалась тенденция уменьшения числа торговых предприятий, отправивших своих сотрудников для закупок, то в 2010 году их число снова выросло, что еще раз подтверждает вывод о некоторой стабилизации, наступившей на рынке. Отличительной особенностью этого года стало то, что торговые представители приехали на выставку не на пару дней, как ранее, а на все дни выставки, что подтверждает скрупулезный подход к отбору коллекций.

Одним из самых зрелищных проектов выставки стал День Якутии, который прошел 4 февраля. В его рамках компании провели презентацию своих великолепных изделий и продемонстрировали часть обряда одевания якутской невесты, облачив ее во множество украшений, вес которых мог достигать 30 кг (подробнее об этом читайте на стр. 16).

Ну и конечно же, в рамках выставки состоялся традиционный конкурс ювелиров на приз культурной столицы «Признание Петербурга».

За звание победителей состязались 55 предприятий, представивших на суд искусствоведов 125 изделий. Изделия победителей в 12 номинациях получили Международные паспорта высокой художественной ценности Высшей Экспертной Коллегии РИА «РосЮвелирЭксперт» и занесены в Почетную книгу «Летопись ювелирного искусства XXI века».

Признание Петербурга

*Серьги «Северная корона»,
1-е место в номинации «Во славу Фаберже».
Компания «Александрит», г. Кострома*

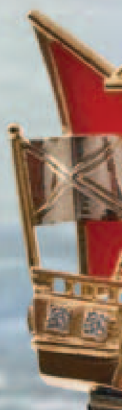
*Браслет «Ночи Намибии» и кольцо «Зеркало порока»
из авторской коллекции G. Kabirski.
Гран-при конкурса.
ООО «Кабирски и компания», Москва*

Гарнитур «Аэлита»,
1-е место в номинации «Модные тенденции».
«ЮД Тулупов», г. Екатеринбург

Колье из янтаря,
1-е место в номинации «Модные тенденции»,
компания «Амбер Нева», Санкт-Петербург

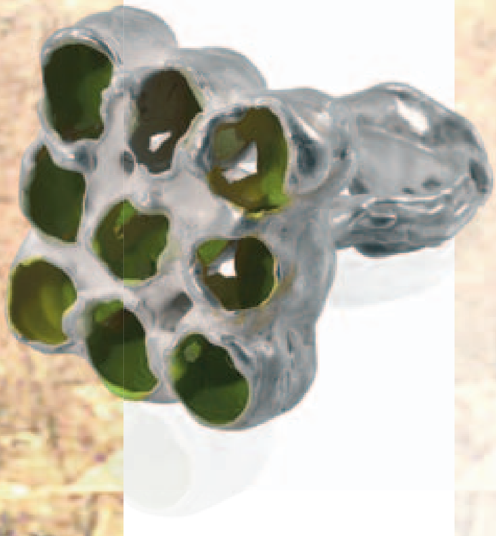
*Коллекция женских и мужских часов «Собрание» (скелетоны),
1-е место в номинации «Дизайн часов».
Часовой завод «Ника», Москва*

*Сувенир «Чаепитие»,
1-е место в номинации «Ювелирная и камнерезная пластика».
ОАО «Красносельский Ювелирпром»,
п.г.т. Красное-на-Волге*



Серия брошей «Великие парусники»:
ботик «Фортуна», галера «Премиум»,
штандарт «Алые паруса»,
1-е место в номинации «Современный историзм».
ОАО «Костромской ювелирный завод», г. Кострома

Серия колец «Funny Green»,
1-е место в номинации «Ювелирный эксперимент».
Мария Мамкаева, Санкт-Петербург



Перстень «Пиктограмма»,
1-е место в номинации «Эксклюзивные изделия с бриллиантами».
ЮД «Александров и К», г. Барнаул

Мужское кольцо «Древо»,
1-е место в номинации «Мужские украшения и аксессуары».
Ювелирная компания Алексея Помельникова, Санкт-Петербург

Серия колец «Свой путь»,
1-е место в номинации «Лучшая коллекция сезона».
ФГУП «Центр «Русские ремесла», г. Ярославль

Вместе мы — сила!

В рамках выставки «JUNWEX» состоялась презентация якутских ювелиров «День Якутии в Петербурге». Впрочем, сухое слово «презентация» не способно отразить в полной мере того волшебного действа, которое развернулось перед гостями этого великолепного праздника. (О самом празднике читайте специальный репортаж на страницах этого выпуска.) По окончании торжеств мы задали несколько вопросов идейному вдохновителю этого проекта, генеральному директору ОАО «Золото Якутии» Александру Афанасьевичу Федорову.

Александр Афанасьевич Федоров

Как Вам удалось в это непростое время убедить ювелиров и Правительство Республики помочь Вам в осуществлении этого проекта?

В рамках традиционного Дня Ювелира, который проводится в сентябре в Якутске, я, как руководитель крупнейшего предприятия республики, пригласил всех якутских производителей «ювелирки» для откровенного разговора, и мы пришли к выводу: «... Наши проблемы никто за нас не решит. И если мы не соберемся вместе и не будем озвучивать свои вопросы, пожелания, рекомендации, никто нам не поможет». В результате этого собрания мы и решили возобновить деятельности «Гильдии огранщиков и ювелиров Республики Саха (Якутия)», а затем воплотить в жизнь давнюю идею — провести совместную выставку ювелиров Якутии в рамках крупнейших российских выставок. Цель этого мероприятия заключается в продвижении изделий якутских компаний на российский ювелирный рынок. Для того чтобы получить поддержку, нужно не только говорить, но и делать конкретные дела. И вот в декабре на выставке «Лучшие Украшения России» в выставочном комплексе ВВЦ на едином большом стенде «Золото Якутии» сообща выставились пять компаний. Приятно отметить, что все остались довольны результатами декабрьской выставки. После этого идея объединения усилий всех ювелиров было поддержена Министерствами промышленности и внешних связей Республики. И вот на питерский «JUNWEX» единым стендом приехали уже восемь компаний из нашей республики. Это, безусловно, компания «Золото Якутии», флагман ювелирной промышленности Якутии, а также известные не только в республике предприятия «Саха Таас», «Уран Саха», «Айар Уус», «Симэх», «Звезда Якутии», «Оhуор утум» и ювелирный салон «Жемчуг». Результат выставки вновь доказал, что это выгодно всем участникам. И если наша инициатива будет поддерживаться и дальше, то на стенде «Ювелиры Якутии» на следующей выставке мы сможем представить ювелирную отрасль более полно — ведь у нас есть еще много небольших ювелирных компаний, изготавливающих поразительные вещи!

В чем заключалась помощь правительства?

С его стороны было принято решение помочь ювелирам с оплатой аренды выставочных площадей, и я думаю, что вопрос возмещения арендных площадей на выставке будет решен в ближайшее время. Ведь расширение рынков сбыта — это не только продажи, но и сохранение и создание рабочих мест, выплаченные налоги, более того, продвижение бренда «Сделано в Якутии», укрепление имиджа республики — все это очень важно. Уже сейчас якутские ювелиры как производители конеч-

ной продукции являются серьезными налогоплательщиками в бюджет республики.

Также в этом году Министерство промышленности планирует принять программу развития ювелирной и ограночной отраслей промышленности на ближайшие пять лет. Уверены, там будут ставиться амбициозные задачи. Для этого у нас есть все: Якутия богата камнецветным сырьем, добывается золото, алмазы, создана вся инфраструктура — исполнительные и контролирующие органы, банки, республиканские инвестиционные компании. Этого достаточно чтобы создать оригинальный мегапроект развития отрасли.

Расскажите поподробнее о Гильдии огранщиков и ювелиров Саха (Якутия).

Создание, вернее, возрождение Гильдии — это серьезный показатель объединения на уровне региона. Ювелиры производят конечный продукт. Я надеюсь, что вскоре к ювелирам и огранщикам присоединится добывающая отрасль не только золота, но и алмазов, и вот тогда наша Гильдия перерастет в межотраслевую «Гильдию драгоценных металлов и драгоценных камней», где ювелиры будут представлять замыкающее звено в отрасли.

Каким образом удается решать проблемы и огранщиков, и ювелиров?

Мы еще только начали работать в расширенном составе, в декабре провели собрание, главная работа только предстоит. В Гильдии сейчас состоит двадцать три члена. Но не будем забывать: ведь есть еще и косторезы республики. Мы также хотим привлечь их в нашу Гильдию. Это древнейшее искусство края, и хотя по материалу их изделия нельзя отнести к ювелирным работам, но по исполнению они уникальны.

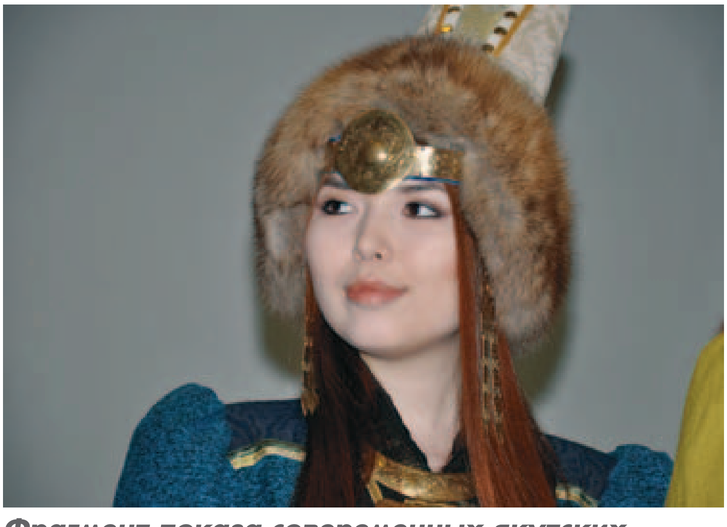
У каждого участника рынка ДМДК есть свои самые острые и важные вопросы: как построить работу, чтобы при решении задач учитывались проблемы всех отраслей, а Гильдия не превратилась в место лоббирования интересов только одной отрасли?

Такая опасность, конечно, есть, но все мы разумные люди и понимаем, что цепочка от добычи сырья до реализации готовой продукции — это единый цикл, и только решение задач всех членов Гильдии позволит достигнуть главного — представления Якутии как бренда сначала на российском рынке, а затем и на международном. За пределами Якутии достаточно пространства для бизнеса, но только совместные действия позволят бренду «Сделано в Якутии» планомерно развиваться. Работа уже ведется, но мы могли бы работать лучше, для этого нужна лишь помощь, и прежде всего законодательного характера. Ювелирам и огранщикам должно быть выгодно работать в России, и это вопрос государственного масштаба.

Я уверен, что, развивая ювелирную отрасль в республике, мы не только расширяем пространство для бизнеса, но главное — пропагандируем и знакомим всех с уникальной культурой и вековыми традициями нашей родной Якутии!

Дружная команда компании «Золото Якутии» на выставке «JUNWEX Петербург»

Валерий Владимирович Рудаков и Александр Афанасьевич Федоров на Дне Якутии в Петербурге



Фрагмент показа совеременных якутских украшений

День Якутии в Петербурге

Блеск витрин на ювелирной выставке «JUNWEX Петербург — 2010» не помешал тысячам посетителей выбрать самые оригинальные украшения на едином стенде «Ювелиры Якутии». Как истинные стратеги руководители восьми компаний расположили свои витрины так, словно раскинули рыболовные сети во время общей рыбалки мунха.

«Золото Якутии», «Уран Саха», «Саха-Таас», «Звезда Якутии», «Симэх», «Айар Уус», «Жемчуг», «Оһуор утум» вновь выступили на выставке вместе, представляя Якутию единым огромным стендом «Ювелиры Якутии».

Конкуренция отошла на второй план, общие усилия по продвижению имиджа республики себя полностью оправдали. По мнению заместителя генерального директора ОАО «Золото Якутии» Андрея Прилуцкого, совместный стенд сам по себе привлек внимание покупателей и специалистов отрасли, а производители Якутии смогли достойно представить свой товар, расширив ассортимент. Возможно, именно это сыграло на результат: по итогам работы выставки все предприятия отметили положительную динамику продаж — их объем составил 25–30% от завезенного на выставку товара.

Ювелирная выставка — это не только показ интересных новинок на рынке драгоценных металлов и камней, но и возможность обменяться опытом, обсудить актуальные и проблемные вопросы развития ювелирной промышленности России. В церемонии официального открытия выставки кроме организаторов приняли участие руководители крупнейших компаний, Пробирной палаты России, помимо этого представители консульств Италии и Чехии в Санкт-Петербурге, а также делегация от Якутии во главе с министром промышленности РС(Я) Алексеем Голубенко.

И конечно же, одним из самых значительных событий выставки стал День ювелиров Якутии. Идея его проведения получила претворение в жизнь при поддержке и благодаря участию Министерства промышленности, Министерства внешних связей РС(Я), а также Постоянного представительства РС(Я) в Санкт-Петербурге.

Под звуки хомуса и чарующий голос Саины гости Дня ювелиров Якутии увидели театрализованное представление «Обряд одевания якутской невесты». При участии студентов ассоциации молодежи Якутии в Санкт-Петербурге «Сайды» прошел дефиле-показ современных якутских ювелирных

украшений, а завершилась презентация Якутии дегустацией блюд национальной якутской кухни, не оставив никого равнодушным.

Торжественный магический ритуал заворожил присутствующих в зале, и многие покупали нагрудные женские украшения именно после просмотра обряда и дефиле-показа.

Нужно отметить, что все якутские компании помимо великолепных бриллиантов, эксклюзивных золотых, серебряных украшений приготовили интересные акции для покупателей и специальные предложения для оптовых представителей торговли.

У прилавков постоянно толпились желающие приобрести продукцию якутских ювелиров, многие приходили повторно. По словам покупателей, якутская экспозиция привлекала их необычными, самобытными изделиями, умеренными ценами. Оригинальные модели ювелирных украшений сделаны с любовью, и поэтому от них словно веет теплом. Охотно раскупались обереги, традиционные якутские сережки и, конечно, изделия с бриллиантами.

Руководители якутских компаний отметили, что совместное участие в выставке дало очень большой эффект, все производители находились в одном месте павильона, и это было удобно для тех, кто приходил на выставку, интересовался этнической культурой и эксклюзивными изделиями.

Генеральный директор компании «Саха Таас» Изабелла Солтыс не новичок на подобных выставках. Она отметила, что на этот раз сбылась общая мечта собраться под единым флагом «Ювелиры Якутии», и этот бренд уже начинает работать, создает потреби-

телей. Становится престижным иметь изделия ювелиров Якутии.

По словам исполнительного директора компании «Уран Саха» Лены Николаевны Кордашевской, объединенный стенд ювелиров Якутии — это очень хорошая задумка, так как если раньше покупатели должны были разыскивать якутские компании по всем павильонам выставки, то теперь они целенаправленно идут на общий стенд. А благодаря тому что у всех компаний богатый выбор изделий, разнообразный ассортимент, каждый покупатель смог найти именно свое изделие. Довольно частая ситуация, когда на одном стенде приобретается колечко, на другом — в комплект к нему сережки. Лена Николаевна отметила также, что в этом году как никогда было много покупателей. «Организаторы выставки провели великолепную рекламную кампанию — так, например, я добираюсь до выставки в течение двух часов и за это время вижу около двадцати рекламных постеров, билбордов... Должна отметить, что наша компания — участница многих российских выставок, так, в декабре мы посетили двадцать одну выставку, и потому как никто другой знаем плюсы и минусы организаторов. Так вот, выставка «JUNWEX Петербург» организована безупречно. И традиционно здесь у якутских ювелиров высокие продажи. Ведь изделия наших мастеров выполнены с сохранением якутских традиций. Они изучают историю, посещают многочисленные музеи, тщательно изучают специальную литературу... Возможно, именно поэтому, по словам наших покупателей, у каждого нашего украшения есть душа».

Вместе легче добиться успеха. Опыт участия в выставках российского и международного масштаба, приобретение знаний на семинарах по новому ювелирному оборудованию, безусловно, полезны большим и малым компаниям. С каждым годом обновляются технологии, появляются новые тенденции ювелирной моды, развивается ювелирный бизнес, и предприятиям Якутии есть к чему стремиться по производству ювелирных изделий и обработке драгоценного сырья внутри республики. Появилась тенденция к увеличению продаж, есть и эффект совместного участия в престижной выставке «JUNWEX Петербург — 2010», открываются новые ювелирные магазины по всей России, значит, ювелиры Якутии двигаются в правильном направлении.

Компания «САХА ТААС»

Уникальные изделия с душой…

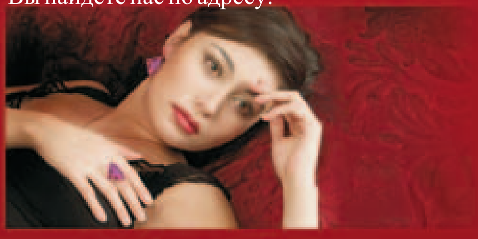
Разум может сделать безукоризненную копию, но оригинал может создать только Душа!

Любые шедевры ювелирного мастерства от «Саха Таас» говорят на языке Души. Такой язык понятен всем – это язык вещей, сделанных с любовью и охотой. Задача каждого ювелира Компании «Саха Таас» состоит лишь в том, чтобы, забыв о чужом опыте и признав уникальность таланта, позволить себе идти своим путем, избегая монотонности, однообразия и копирования.

С помощью ювелиров «Саха Таас» камень может принимать любые формы: овал, квадрат, багет, не теряя при этом свое очарование и своих магических свойств. Каждый камень будь то бриллиант, сибирлит, чароит или аметист, топаз, в изделии «Саха Таас» имеет собственный характер и неповторимость, приобретая такие изделия, Вы органично дополните себя, подчеркнете свою индивидуальность.

Что бы Вы ни выбрали, Ваш выбор произведет впечатление только в случае, если он идет от сердца. **Позвольте себе роскошь иметь уникальные изделия с Душой - от «Саха Таас»,** проявите себя как звезда, не бойтесь нарушать стереотипы, найдите дополнительный источник энергии, покоя, красоты в уникальных изделиях с Душой «Саха Таас».

Вы найдете нас по адресу:



678960, г. Нерюнгри, Республика Саха (Якутия)
ул. Карла Маркса, 6/1
тел. (41147) 6-11-19, факс 4-73-38
моб. +7 (916) 649-21-88
E-mail: Sakha_stone@mail.ru

реклама

РЕСТЭК JUNWEX

Клуб «РОССИЙСКАЯ ЮВЕЛИРНАЯ ТОРГОВЛЯ»

РосЮвелирЭксперт

IX Международная выставка ювелирных и часовых брендов

НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

NEW RUSSIAN STYLE

реклама

12–15 мая 2010

Москва, ВВЦ, павильон 75

197110, Санкт-Петербург, Петрозаводская ул., 12; Тел.: (812) 320-8099, 303-9860; Факс: (812) 320-8090
E-mail: junwex@restec.ru; Internet: www.rjexpert.ru

Готовимся к Пасхе

Наши встречи с генеральным директором ювелирного завода «Агат» Александром Николаевичем Раком и генеральным директором Торгового Дома, официального представительства завода «Агат», Натальей Петренко продолжаются. И хотя в планах был важный разговор о соблюдении авторских прав, о копировании, но беседа приняла неожиданный поворот. Мы говорили о духовном содержании обычных бытовых предметов и о православных символах.

Александр Николаевич Рак

Наталья Петренко

Р. Ю.: Когда мы хотим купить какое-нибудь ювелирное изделие, то очень тщательно подходим к этому процессу. Мало того что нужно учесть, для кого это изделие, по какому поводу делается покупка, но еще мы хотим, чтобы все было сделано правильно. А как сложно сделать подарок к православным праздникам! Как это осуществить, как понять, что ты не ошибаешься в приобретении?

А. Н. Рак: Так рассуждают серьезные люди, отвечающие за свои поступки и способные принимать взвешенные решения. Неважно, мужчины или женщины, важен подход к любому жизненному вопросу и как Вы его решаете. Такой человек не будет думать только о том, как купить подешевле, он понимает, что для новых разработок нужны и знания, и огромный труд. У нас над каждым изделием работает огромная группа людей, и только пройдя весь путь от замысла до воплощения, мы предлагаем не только изделие, но и тот багаж знаний, которыми уже обладаем сами. Но и это не самое главное. Подумайте сами, мы создаем изделия для верующих людей, это огромная ответственность, и я понимаю Вас, выбрать подарок непросто, здесь нужен партнер, проверенный и временем и самими изделиями. Таким партнером мы и становимся для наших покупателей.

Р. Ю.: Давайте обсудим это на конкретных примерах. Близится светлый праздник Воскресения Христова. Чем порадовать близких нам людей, своих домочадцев? Каким должен быть подарок? Много разных изделий, но нерадостные они почему-то.

А. Н. Рак: А и не могут они быть радостными, если сделаны без знаний, без любви, по-быстрому, для денег только. Наши художники чтят традиции, соблюдают каноны, поэтому получаем изделия сокровенные, наполненные любовью и символами, понятные только истинно православному верующему. Вы знаете, почему иконы, образа делают из серебра, а украшают позолотой или золотыми накладками? По христианской символике золото — это Божественный Свет и в качестве духовного символа являет две грани. Первая, свет — это знание и ясность. Вторая — блеск славы Господней, грозной, как молния, или радующий и согревающий сердце и душу. Сияние золота — это сияние Солнца нашего, Иисуса Христа, святые, преображенные Божественным светом, сверкают золотым нимбом вокруг головы.

Н. Петренко: Раз мы заговорили о цвете, то нужно сказать, что все цвета символичны и употребляются строго по своему значению. Упомянем основные: пурпурный цвет — цвет Царя, владыки — Бога на небе. Этот цвет присутствовал в иконах Богоматери — царицы Небесной. Красный цвет — цвет тепла, любви, жизни, символ Воскресения — победы над смертью. И в то же время это цвет крови и мучений — цвет жертвы Христа. В красных одеждах изображали на иконах мучеников. Белый цвет — это цвет чистоты, святости. На иконах святых и праведников обычно изображали в белом. Тем же белым цветом изображались души умерших праведников и ангелы. Синий и голубой цвета означали бесконечность неба, символ вечного мира. Синий цвет — это цвет Богоматери, соединившей в себе и земное и небесное. Зеленый цвет — цвет травы и листьев, земли, Рождества.

Р. Ю.: А есть ли какие-то еще христианские символы?

Н. Петренко: Не только свет и цвет передают духовный смысл предметов, есть много символов-образов, самые известные: рыбка, голубь, виноградная лоза.

Р. Ю.: Значит, если я подарю на Пасху чайные чашки, украшенные виноградной лозой, то это будет подарок по сердцу верующему христианину?

А. Н. Рак: Да, конечно. Для нас руководящим началом является канон, и нужно понимать, что канон — это не свод правил, ограничивающий свободу художника, ювелира, нет. Канон — это источник вдохновения и питания человеческой мысли. Для далекого от православной веры человека это будет просто чашка изысканной формы, со сложным рисунком и богато декорированная деталями, а для нас — это предмет высокого духовного уровня, питающий нас неиссякаемой Божественной благодатью.

В номере семь за 2009 год в статье «Церковная утварь в подарок» мы рассказывали о том, какие подарки можно преподносить для служителей церкви, но не будем забывать, что в такой радостный и светлый праздник, как Пасха, верующие люди могут сделать своему духовному наставнику личный подарок, просто как близкому человеку, в знак сердечного расположения. И, ожидая этот праздник, готовясь к нему, мы всегда, как сама природа, ощущаем пробуждение, приток новых сил и радость, которую принесет сей великий день.

125040, Москва, Ленинградский пр., д. 8, оф. 315
Тел./факс +7 495 961 46 89, факс +7 499 257 02 72
e-mail: info@agat-zavod.ru, www.agat-zavod.ru
Представительство в Санкт-Петербурге:
Интерьер-клуб «Адамант» на Садовой ул., д. 39
Тел.: +7 (812) 310 94 38, 310 71 40

Валентин СКУРЛОВ

Знак ПЕРХИНА

Мемориальный фонд Карла Фаберже учредил в 2009 году памятную награду «Почетный знак „150 лет Михаилу Перхину"». Идея знака принадлежит Татьяне Фаберже и Валентину Скурлову. Эскизный проект и исполнение знака в металле осуществил кавалер ордена Карла Фаберже, ювелир высшей квалификации Сергей Иванович Квашнин (г. Киров).

Право на награду имеют в первую очередь кавалеры орденов Карла Фаберже и Денисова-Уральского, а также выдающиеся деятели ювелирного искусства.

Михаил Перхин был не только мастером производства, но и купцом 2-й гильдии, поэтому работники торговли также могут претендовать на получение знака. Представление на знак осуществляется кавалерами орденом Фаберже и Денисова-Уральского, общественными организациями и союзами ювелиров, а также обладателями знака «150 лет Михаилу Перхину».

Председатель наградной комиссии — Скурлов Валентин Васильевич, ученый секретарь Мемориального фонда Карла Фаберже, полный кавалер ордена Карла Фаберже.

Заместитель председателя — Полторак Сергей Николаевич, профессор, издатель журналов «Ювелирное искусство», «История Петербурга» и «Клио», кавалер ордена Карла Фаберже.

Члены комиссии:

Горыня Александр Николаевич, генеральный директор ювелирной фирмы «Грингор», кавалер ордена Карла Фаберже;

Пилюшин Влдимир Витальевич, издатель журнала «Русский Ювелир», кавалер ордена Карла Фаберже;

Перевышко Анатолий Иванович, член Союза художников РФ, художественный руководитель галереи «Петербургский художник», кавалер ордена Карла Фаберже.

Знак исполнен из серебра (41 г), позолочен, три рубина, эмаль. Заклеймен в Нижегородском пробирном управлении.

УДОСТОВЕРЕНИЯ О ВРУЧЕНИИ ЗНАКА

Награждаются Почетным знаком Мемориального фонда Карла Фаберже «150 лет Михаилу Перхину» за выдающийся вклад в развитие российского ювелирного искусства и в связи со 150-летием со дня рождения золотых дел мастера Михаила Евлампиевича Перхина (1860—1903), руководителя главной мастерской фирмы Фаберже. Подписаны 6 февраля 2010 г., Санкт-Петербург.

Комиссией составлен список получателей знака.

6 февраля 2009 года на выставке «JUNWEX» в Гавани состоялось первое вручение. Первыми обладателями почетного памятного знака стали:

Квашнин Сергей Иванович, г. Киров;

Донцов Алексей Николаевич, Санкт-Петербург;

Помельников Алексей Леонидович, Санкт-Петербург;

Павлов Андрей Леонидович, Санкт-Петербург;

Симонов Василий Анатольевич, г. Калининград.

В тот же день награда была вручена в помещении ювелирного завода «Альфа» его генеральному директору Шайдуллину Николаю Зинатовичу.

11 февраля в холле ювелирной компании «Каст» в присутствии всего коллектива в торжественной обстановке сразу две награды: орден Фаберже 3-й степени и памятный знак «150 лет Михаилу Перхину» — получил генеральный директор фирмы Ахмедов Евгений Газанфарович.

12 февраля на собрании Ассамблеи ювелиров Санкт-Петербурга знаки Михаила Перхина получили:

Николаев Александр Федорович, генеральный директор компании «Кахолонг», Санкт-Петербург;

Матросов Виктор Николаевич, генеральный директор компании «Арина», Санкт-Петербург.

От Античности до Нового времени

Начало 2010 года ознаменовалось торгами Аукционного Дома Кюнкера «Kuenker» в Берлине, на которых была выставлена, пожалуй, одна из самых значительных коллекций монет. Результат не заставил себя ждать: только за первые часы сумма продаж составила более €3,5 миллионов. Так, топ-лот аукциона — 1 рубль 1740 года принес €410 000. Большим спросом пользовались золотые монеты, например, дукат 1729 года Петра II со стартовой цены €10 000 выросла до 77 000. Интересны юбилейные императорские монеты: 1–1/2 рубля 1839 года, посвященные Бородинскому сражению, проданы за €26 000; рубль 1914 года, посвященный сражению при Гангуте, — за €13 000.

Ну и, конечно, медные монеты, изменение цен на которые за последний год не коснулось вообще, также были в фаворе. ¼ копейки 1876 года ЕМ со стартовой ценой €1000 продается за €30 000! Давно не проходившая подборка пробных монет 1898 года, отчеканенных в Берлине, продана в 8–12 раз дороже старта: от 7000 до €12 000.

Весьма интересными были продажи в разделе европейской нумизматики. Итоговые цены превышали стартовые в несколько раз, наибольшим спросом пользовались редкие монеты исключительной сохранности. Общая тенденция обозначилась очень твердо: глядя на ситуацию в России, цены на энергоносители, ситуацию на фондовом рынке, понимаешь, что рынок нумизматики России воспрял духом, и покупки возобновились с новой силой. Судя по всему, эта тенденция сохранится надолго, поскольку число коллекционеров и инвесторов в традиционные ценности только увеличивается.

Что же ждет нас в ближайшем будущем? С 8 по 13 марта в Оснабрюке пройдет очередной аукцион. В русской части наиболее интересными будут уникальные именные медали из личного собрания промышленников Демидовых. Стартовая цена этого лота составляет €60 000.

Демидовы занимают особое место среди русских дворянских родов. Существуют разные версии происхождения рода Демидовых. В 1690-е годы Никита Демидов вел успешную торговлю железом и владел железоделательным заводом. Вскоре Петр I выдал Демидову грамоту, позволявшую расширить производство за счет покупки новой земли и крепостных для работы на заводах и, по существу, делала его хозяином Урала. Сын Никиты Акинфий Демидов (1678–1745) рьяно принялся за дело и стал создателем «империи» Демидовых, которая к середине XVIII века производила 52% всего русского металла.

Елизавета Петровна объявила об особом покровительстве Демидовым: они освобождались от обязательной службы и многих налогов. Демидовы оказались самыми свободными, по замечанию одного из биографов рода, людьми в России.

Павел Николаевич, праправнук Акинфия Демидова, в 1831 году учредил Демидовские премии Петербургской академии наук за достижения в области науки, техники и искусства, считавшиеся самыми почетными в России до 1917 года. За это время премию получили 58 выдающихся ученых России.

В 1992 году традицию присуждения Демидовских премий возродили. В Екатеринбурге был учрежден Национальный Демидовский фонд, размер премии составляет $15 000.

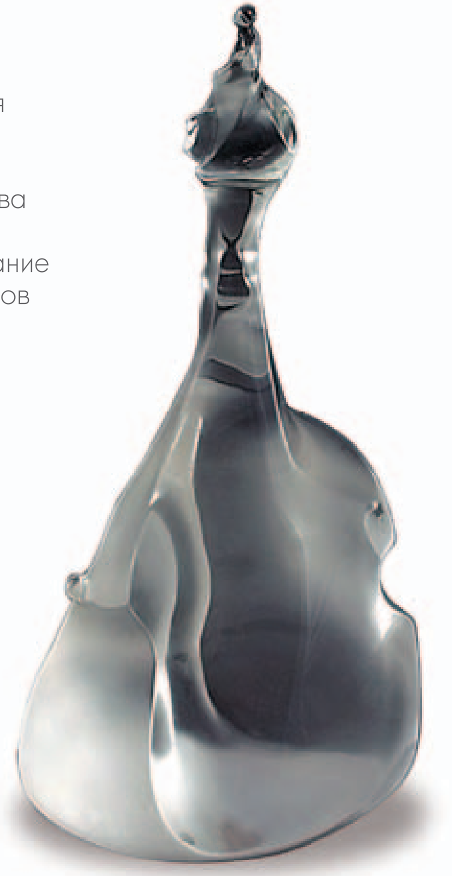
На мартовском аукционе будут представлены античные монеты, монеты Европы и Германии, интересная подборка медалей, посвященных войне 1812 года, коллекция г-на Фассбендера, посвященная Крещению. Это более 900 крайне редких, малотиражных монет и медалей Европы, объединенных одной темой «Крещение на монетах и медалях».

Предаукционный показ пройдет с 6 по 8 марта в мюнхенском филиале аукционного дома Кюнкера. Аукцион в Оснабрюке обещает стать весьма интересным событием, и надеемся, что многие смогут приобрести достойные экземпляры для своих коллекций.

Анна Нечай

Конкурс «Ювелиры — XXI веку»

Изо дня в день, из года в год неустанно бежит вечно торопящееся время. Подтверждение этому можно найти как в прошлом, так и в нашей реальной жизни. Не успели оглянуться любители драгоценных изделий, как промчался конкурс ювелирного искусства под названием «Ювелиры — XXI веку» на приз Гохрана России, который был проведен с июня по ноябрь 2009 года в ознаменование 290-летия создания Государственного фонда драгоценных металлов и драгоценных камней Российской Федерации.



Композиция «Джаз»

Не менее приятным событием, произошедшим в конце 2009 года, а конкретнее, 21 декабря, в здании Государственного исторического музея в Москве, стала торжественная церемония награждения победителей этого Национального конкурса с показом лучших конкурсных работ.

Красочный огромный зал как будто превратился в отдельный мир — мир, полный изумительных, искусно сделанных вещей из золота, серебра, жемчуга, драгоценных камней и металлов. А понимание того, что все эти по-своему завораживающие, оригинальные вещи сделали не кто иной, как талантливые российские ювелиры, которые вложили душу в создание новых исторических образов, икон, украшений, медалей и даже серебряных рюмок — все это вызвало в сердцах присутствующих гостей гордость за наше Отечество, за наши возможности.

Да, на этом конкурсе было представлено столько разнообразных, удивительных работ, что мне отчасти было жаль представителей жюри, которым предстоял действительно сложный выбор.

Гран-при конкурса и главный приз Гохрана России были присуждены творческому коллективу ЗАО ТФ «Сирин» за «Пасхальное яйцо „Торжество Богородицы“».

Композиция «Суворов»

В номинации «Ювелирные украшения» первое место и приз Гохрана России жюри конкурса присудило колье «Снежная королева», завораживающее, элегантное, на первый взгляд холодное, а на самом деле согревающее несколькими десятками льдинок благодаря своей красоте. Автором является Геворг Варданян, Ювелирный дом «Эстет», Москва.

Второе и третье места единогласным решением судей конкурса заняли колье «Сотуар», автор Инна Пригода, ООО «Петрозолото», Санкт-Петербург, и работа «Серьги, кольцо, подвеска „Русские шали. Павловский Посад“» творческого коллектива ООО МЮЗ «Элит», Москва, которые, в отличие от «Снежной королевы», по-летнему яркие.

Почетным дипломом награжден ЗАО ТПК «Алмаз-Холдинг» за кольцо «Ювелирные сны», которое стало бы приятной явью для любой представительницы прекрасного пола.

В номинации «Медальерное искусство» первое место и приз Гохрана России заняла история: медали «Памяти академика Д. С. Лихачева», художник Александр Васильевич Бакланов, скульптор Сергей Михайлович Иванов, чеканка Санкт-Петербургского монетного двора.

Второе и третье места жюри конкурса присудило следующим работам: набору медалей серии «Скульптуры Летнего сада», автор дизайна Александр Васильевич Бакланов, чеканка Санкт-Петербургского

Ваш партнёр в мире ювелирного производства

ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Ремонт и сервисное обслуживание

Упаковка

Ручной инструмент

Фурнитура из золота и серебра

Финишное оборудование

Оборудование для отливки драгоценных металлов

3Д Прототипирование

Технологическое сопровождение оборудования

реклама

ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»

196084, Россия, Санкт-Петербург ул. Цветочная д.25, БЦ «Мануфактура» оф. 508

http: www.promtehspb.ru, E-Mail: info@otecru.com Тел: (812) 336-39-46;47;48 Факс: (812) 718-76-02

монетного двора, и жетоны «70 лет советскому чекану — Национальная серия», ООО «МастерВижн», Москва, чеканка Московского монетного двора.

Почетными дипломом в номинации «Медальерное искусство» награждено ООО «МастерВижн», Москва, за серию монет «Знаки зодиака».

В номинации «Камнерезное искусство» первое место заняла композиция «Джаз», «Творческое объединение Сергея Фалькина», Санкт-Петербург, автор — Сергей Александрович Фалькин.

Особо была отмечена занявшая то же почетное место в этой категории историческая фигура «Суворов», напоминающая нам о настоящих, славных битвах, о великих полководцах, о победах, принесших славу и честь нашей Родине, о храбрости и самоотверженности русского народа. Поза Суворова напоминает нам о героизме наших предков, готовности пожертвовать собой ради Отечества, ради будущих поколений. Фигура была исполнена в мастерской им. Ильи Боровикова, в Екатеринбурге, автор — творческий коллектив мастерской.

Второе и третье места получили работы мастеров ООО «Ювелирный Дом «Моисейкин», Екатеринбург: интерьерные часы «Воин», автор-художник Александр Александрович Дегтев, камнерез Иван Михайлович Новиков, и интерьерные часы «Глухарь», скульптор Сергей Львович Кривцов, камнерез Константин Викторович Кожухов.

Колье «Сотуар»

Почетными дипломами в номинации «Изделия из серебра» награждены ООО «Волгореченский ювелирный завод «Русское серебро», Костромская обл., за разработку национальной темы в ювелирном искусстве и ООО «Творческая мастерская Афанасьевых», Тольятти, за серию сувенирных рюмок «1812 год».

В категории «Предметы церковного ювелирного искусства» 1 место не присудили никому, а второе и приз Гохрана России жюри конкурса получила икона «Святой Николай Чудотворец», ТО «Мастерская Н. Балмасова», Ярославль, автор Николай Иванович Балмасов, третье место — нательные образа, ювелирная мастерская «Софийская набережная», Москва, художники-ювелиры: отец Владимир Черкасов, Галина Викторовна Селезнева, Наталья Владимировна Сажина, Борис Ильич Чернявский, Анна Вячеславовна Логанова, Константин Вячеславович Константинов, Денис Валерьевич Выродов.

Почетным дипломом в номинации «Предметы церковного ювелирного искусства» награждена Иконописная мастерская Гребенниковых, Великий Новгород, за «Наперсный крест».

Вот с такими итогами закончился конкурс под названием «Ювелиры — XXI веку». На нем были представлены только лучшие из лучших, настоящие профессионалы, которые любят свое дело и вкладывают в него свою душу и сердце.

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-Весна
26 февраля – 9 марта 2010 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-2
14 – 21 мая 2010 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-2010
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
9 – 17 сентября 2010 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru
реклама

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-3
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
3 – 13 декабря 2010 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Актуальные вопросы отрасли

Мы начинаем цикл интервью с руководителями ювелирных компаний на тему «Нужны ли отрасли общественные союзы». В этом номере мы публикуем интервью с руководителем ЮК «Сереброника» А. Саламатиным

1. Нужны ли отрасли общественные союзы?

Давайте с самого начала определимся с терминологией. Нет такого понятия, как «общественный союз». Есть коммерческие и некоммерческие организации. Коммерческие организации — это акционерные общества и общества с ограниченной ответственностью, а также индивидуальные предприниматели, которые также признаются в отдельных случаях коммерческими организациями.

Некоммерческие организации — это профсоюзы, политические партии, некоммерческие фонды, некоммерческие партнерства, некоммерческие учреждения, религиозные и общественные объединения. Общественные объединения, в свою очередь, делятся на общественные организации, общественные движения, общественные фонды, общественные учреждения и союзы общественных объединений, так называемые общественные союзы.

Таким образом, в ювелирной отрасли не может быть общественных союзов, так как в нашей отрасли работают и получают прибыль исключительно коммерческие предприятия и организации, а не общественные объединения. Такое объединение коммерческих организаций с целью достижения общих целей, без объединения бюджетов и активов будет некоммерческим партнерством или некоммерческим фондом. И не надо будоражить публику словами о высоких общественных целях общественного союза ювелиров — ювелирному бизнесу нужны организации, защищающие его интересы, но интересы в первую очередь коммерческие.

Максимум, что нам положено по закону, — объединение в некоммерческое партнерство. Ну так давайте и будем его создавать! А разговорами об общественной деятельности можно только распугать достаточно активных предпринимателей, отмахивающихся от «общественной нагрузки». Предпринимателям некогда ходить в «пионерах и комсомольцах», а «партия у нас одна», и она уже есть, и «вообще, работать лучше надо».

Вот если перефразировать вопрос: «Нужны ли ювелирной отрасли некоммерческие организации?» — то я сразу скажу: жизненно необходимы. Например, до сих пор нет профсоюза ювелиров (в страшном сне они могут присниться любому директору ювелирного предприятия), но ведь они выполняют свою функцию по повышению ответственности сотрудников предприятия, по решению сложных вопросов взаимодействия владельца и персонала, а также в освоении бюджетных и внебюджетных ресурсов.

Андрей Саламатин,
коммерческий директор ЮК «Сереброника»

Не хватает некоммерческих учреждений:

— не хватает некоммерческих учреждений образования и обучения ювелирному ремеслу и ювелирной торговли (почему-то считается, что кадры для коммерческих предприятий должно бесплатно готовить государство);

— не хватает некоммерческих учреждений выставочного дела (почему-то считается, что выставка должна быть прибыльным мероприятием, а она может быть и дотируемой);

— не хватает некоммерческих учреждений информационно-консультативного характера (почему-то считается, что то, что сам для себя «нарыл», никому другому не нужно показывать, а можно очень выгодно обмениваться накопленной информацией);

— не хватает некоммерческих учреждений делового туризма (почему-то считается, что поездка на зарубежную ювелирную выставку должна приносить турагентству сумасшедшую прибыль);

— не хватает некоммерческих учреждений по изданию отраслевых СМИ (почему-то считается, что

СМИ должны выживать только за счет рекламодателей);
— не хватает некоммерческих учреждений культурно-досуговой деятельности (почему-то считается, что во всех отраслях деловые клубы есть, а ювелиры все отрываются поодиночке).

Так я могу до завтра продолжать и про некоммерческие учреждения, и про некоммерческие фонды, слава богу, богатый опыт общественно-политической деятельности позволяет.

Отрасли вообще нужны некоммерческие организации — они сделают для нас и для отрасли массу полезной работы, до которой у нас, коммерсантов, руки не доходят. А что касается пресловутых «союзов», то в законе есть четкое название такому объединению: НЕКОММЕРЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО, то есть объединение партнеров с равными правами.

Если возможен «союз» всех субъектов отрасли: банка, автора-огранщика, ювелирного завода, ювелирного отдела, сетевой торговой компании, небольшой мастерской на равных условиях и с равными правами, — то это великолепно, об этом можно только мечтать.

Вот только практика показывает, что зачастую создание общественного объединения или некоммерческой организации является замаскированным политическим трамплином, замаскированным средством насаждения определенной идеологии, замаскированным коммерческим предприятием, замаскированным средством контроля общественной активности, замаскированным карманным благотворительным фондом, замаскированным средством самовыражения лидера и даже замаскированной религиозной сектой. Очень не хотелось бы развития подобных сценариев!

2. Ваше отношение к новому Союзу ДМДК?

Для начала я выскажусь как эксперт-наблюдатель. Я уже сказал, что некоммерческих организаций в ювелирной отрасли катастрофически не хватает, поэтому появление новой организации — очень хорошее явление. Пока, правда, не очень понятно само название, но я думаю, что оно, конечно, скоро будет изменено в соответствии с законодательством и, может быть, будет более ярким. Например, Гильдия ювелиров звучит ярко и убедительно. Я думаю, что новая организация также заслуживает классного, звучного названия.

Что касается целей и задач Союза ДМДК, то пока они сформулированы достаточно обтекаемо — это продиктовано основной идеей объединения всех участников рынка драгметаллов и драгкамней. Возможно ли это?

Лидеры и организаторы Союза ДМДК — известные, уважаемые, понятные люди, что также является плюсом для новой организации. В нее будут вступать те предприятия, владельцы и директора которых разделяют ценности и точку зрения лидеров-организаторов.

Очень симпатичны по-демократически низкие взносы — всего четыре тысячи рублей. Это должно мотивировать компании к вступлению в организацию.

Теперь что касается моего личного отношения. У меня двойственное отношение к новому Союзу. В первую очередь из-за лидеров Союза. Мне очень нравится то, что делал и сделал для отрасли Флун Фагимович Гумеров: отмена акциза, снижение таможенных платежей по оборудованию, отмена толлинга, — причем делалось это все в рамках Гильдии ювелиров. И очень не нравится его очередная задача по отмене обязательного клеймения серебра в рамках уже нового Союза ДМДК — я считаю, что отмена клеймения очень выгодна производителям серебряной массовки, но эта выгода очень кратковременна и одновременно губительна для всей ювелирной отрасли.

То же самое в отношении Валерия Васильевича Будного, который блистательно на неродной для себя московской земле из второй, догоняющей, выставки при помощи убедительных маркетинговых приемов сделал главную ювелирную выставку в России, но теперь при помощи неоправданно высокого административного давления на участников его выставок реализует новые проекты.

Двойственное отношение к Союзу из-за насущной необходимости в объединительной и совместной работе в отрасли, но одновременной дезорганизации другого отраслевого объединения — Гильдии ювелиров, из которой и вышли зачинщики нового Союза.

Двойственное отношение из-за пристального и внимательного отношения к региональным организациям ювелиров и одновременного чисто декларативного отношения к региональным местным задачам.

Вся эта двойственность вызвана отсутствием полной информации о структуре, составе, истинных целях и задачах Союза и хотя бы первых результатах деятельности. Когда все вопросы будут сняты, отношение поменяется.

3. Основные задачи, стоящие перед ювелирным сообществом на данный момент? (Что нужно решать именно сейчас?)

Задачи вытекают из цели, а цель одна — конкурентоспособная российская ювелирная отрасль. Сразу становятся понятны задачи:
— защита от внешней конкуренции — это вопросы по пресечению контрабанды ювелирных изделий, снижению таможенных ставок на ювелирные вставки и оборудование, отмена НДС на покупку драгметаллов;
— защита от недобросовестной внутренней конкуренции — это вопросы по пресечению деятельности подпольных производств и неразрешенной торговли, пресечению незаконного оборота драгметаллов и драгкамней, контроль за выполнением законодательства о конкуренции в ювелирной отрасли;
— защита от косвенной конкуренции — совместные усилия по расширению ювелирного рынка за счет рынка подарков, получение от государства режима благоприятствования не меньшего, чем в других перерабатывающих сырье отраслях;

– повышение конкурентоспособности — вопросы по формированию школы кадров для отрасли, модернизация технологий и оборудования производства и торговли, пропаганда ювелирной продукции «Сделано в России».

Конечно, есть и другие задачи, надо их сформулировать. Можно и в недрах отраслевых организаций.

4. Ваше отношение к введению добровольного клеймения и нужна ли Пробирная палата?

Я уже неоднократно высказывался против добровольного клеймения. Прекрасно понимая, что в условиях экономического кризиса и тотального снижения издержек предприятия-гиганты получают существенную экономию на отмене клеймения, я призываю не путать кратковременную выгоду с долгосрочной перспективой.

Что такое «добровольный» в нашей стране? Необязательный, ненужный, лишний. Затея с добровольными пенсионными накоплениями по общему согласию государства, предприятий и граждан провалилась. Представьте, что правила дорожного движения вдруг стали добровольными к исполнению — их сразу перестанут соблюдать.

Так и добровольное клеймение серебряных изделий до трех грамм станет необязательным — изделия просто перестанут клеймить. Зачем платить за необязательную процедуру, нести собственные расходы по постановке именника, по доставке изделий в пробирную инспекцию и обратно, по исправлению огрехов клеймения, ждать при этом определенное время. Никому ничего не надо будет — кошелек не резиновый. Раз не надо платить, значит, платить не будут.

А это все приведет к очень печальным последствиям. На прилавках ювелирных магазинов появятся изделия из металла белого цвета с надписью на бирке «серебро 925 пробы». Причем на вопрос покупателя: «Почему нет пробы?» — легко объяснят: клеймение добровольное. Наши клиенты уже с этим сталкивались — купили партию крестиков у «залетного» красносельского курьера, а они оказались медными и посеребренными. И если раньше такие случаи были редкостью, то теперь это может стать распространенным явлением.

Другая ситуация. Розничная точка не имеет никаких разрешительных документов и торгует серебряными изделиями без клейма. По документам это все бижутерия, а на словах покупателю объясняют, что это чистое серебро и подтверждают документом: клеймение добровольное.

Такой ситуацией обязательно воспользуются жулики разного калибра: от небольших подпольных мастерских и мелких розничных отделов до мощных сбытовых структур, промышляющих контрабандой и нелегальной торговлей драгоценными металлами.

Кому нужен хаос на российском ювелирном рынке? А хаос обязательно начнется. Основная часть серебряных украшений, я думаю, от шестидесяти до восьмидесяти процентов как раз попадает в категорию до трех грамм одна штука. Ведь «три грамма серебра» в изделии без учета вставки (а в серьгах, запонках это уже шесть грамм) — это самые распространенные («носибельные») украшения.

А в изделии с массивной вставкой можно вес серебра и занизить — попробуйте проверить. Придется сначала купить, потом достать камень и взвесить. Кому это надо? Проверяющие органы и так не могут справиться с потоком контрабанды ювелирных изделий, а тут новая проблема.

Такой ситуацией обязательно воспользуются иностранные производители. Законное отсутствие клейма на серебряном изделии их очень устроит. Попробуй докажи, что это импорт. Пробирные инспекции — серьезный барьер на пути незаконного импорта, но этот барьер хотят убрать. Наши зарубежные коллеги мечтают об отмене клеймения в России и наверняка готовы щедро финансировать этот процесс.

Турки, итальянцы, китайцы и тайцы обязательно используют «серебряный плацдарм» для начала массированной атаки на российский ювелирный рынок — легковесная массовка как раз их стихия. Потом, закрепившись на рынке, они возьмутся за золото и бриллианты, за розничную торговлю.

Я думаю, что добровольное клеймение может стать началом конца российской ювелирной отрасли. И все благие слова о том, что мы можем и должны все наши драгоценные ресурсы продавать за рубеж в виде готовых изделий, станут несбывшейся историей.

Если и есть смысл отменять клеймение, то давайте спросим об этом у всех производителей серебра, а также у покупателей серебряных изделий. Рассмотрим всесторонне все перспективы и скрытые угрозы, проанализируем готовность и способность контролирующих структур пресечь контрабанду и контрафакт, сделаем расчеты по снижению стоимости клеймения легких изделий за счет удорожания тяжелых. В любом случае, можно найти массу других способов решения проблемы вместо радикального способа отмены.

Сегодня у ювелирной отрасли, наверное, у единственной в России отрасли товаров народного потребления есть общий незарегистрированный супербренд «Сделано в России», а «русское серебро» высоко ценится на Западе. И этот бренд подтверждается клеймом. Именно на этот супербренд будут претендовать ввезенные неклеймеными импортные изделия, потому что «Сделано в Турции» и «Сделано в Китае» — это, по сути, антибренды. Многие, наверное, видели на тайских серебряных изделиях клейма «Italy» — это единственно позитивный для российского покупателя украшений зарубежный супербренд.

Покупатели гораздо чаще выбирают российское золото и серебро, любят русские украшения, русское золото, русское серебро, русские бриллианты. Нужно беречь это достояние, дорожить им, защищать и приумножать его. Как бы это пафосно ни звучало, но иного нам потомки не простят.

RusGems
реклама
Калиброванные ювелирные вставки из драгоценных, полудрагоценных и синтетических камней
Жемчуг морской и пресноводный любых форм, цветов и размеров
Европейская машинная бриллиантовая огранка фианитов
Кабошоны из коралла, бирюзы и благородного опала
Перламутр различных форм, размеров и цветов
Сырье полудрагоценных поделочных и синтетических камней
МОСКВА
ООО «Джем Арт»
115419, Москва,
ул. Орджоникидзе, д. 11, стр. 1/2 Е
тел +7 (495) 730 0046,
факс +7 (495) 730 3036
e-mail: sales@rusgems.ru
www.rusgems.ru
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
ООО «Балтийские Самоцветы»
197022, Санкт-Петербург,
ПС., Большой пр., д. 100, офис 623
тел./ факс +7 (812) 335 5569
e-mail: sales@rusgems.spb.ru
КОСТРОМА
ООО «Рубин»
156005, г. Кострома,
ул. Советская, д. 69, пом. 2
тел +7 (4942) 47 1512
факс +7 (4942) 47 1532

Аукционы 165-168
С 8 по 12 марта 2010 в Оснабрюке

Римская Империя
Валентинианус III, 425-455, для Лицинии Евдокии. Солид 440/455. Рим. Наиредчайшая.

Императорский чекан
Маркус Антониус, 30 век до н. э. и Актавианус Ауреус, 41 век до н. э. Эфезус. Очень редкая.

Царская Россия
Екатерина Великая, 1762-1796. 10 рублей 1780, Санкт-Петербург. R.

Великобритания, Ирландия
995-1020. Пенни. Дублин. RR.

Королевство Франция
Наполеон III, 1852-1870. 25 франков 1867 года, Париж. Проба А. Д. Барре. Очень редкая.

Город Штутгарт
Клипа к дукатам, без года (1700), гравер Я. Д. Даниель, на крестины. RR.

Царская Россия
Николай I, 1825-1855. 25 злотых 1829 года, Варшава для Польши. RR. Отчеканено всего 1500 экземпляров.

Египет
Птолемей III, 246-222 до н. э. 2 ½ драхмы. Александрия. Очень редкая.

Королевство Польское
Степан Баторий, 1576-1585. Талер 1580, рыба, Olkusz. Исключительно редкая.

Королевство Польское
Михаель Коребут, 1669-1673. Золотая медаль к 7 дукатам, без года (1670), в честь бракосочетания с Элеонорой, дочерью Фердинанда III. Исключительно редкая.

Город Аугсбург
Золотая медаль к 10 дукатам 1626, гравер Дадлер, на крестины. RR.

реклама

KÜNKER

Coin and Gold Trading
Auction House for Coins and Medals

Аукцион 165: Монеты и медали средних веков и нашего времени. Монеты и медали в честь крещения – Коллекция В.Р. Фассбендера (2500 лотов)

Аукцион 166: Золотая чеканка (1600 лотов) • Немецкие монеты с 1871 (700 лотов)

Аукцион 167: Русские монеты и медали (700 лотов)

Аукцион 168: Античные монеты (1000 лотов)

Закажите уже сегодня Ваши личные каталоги!

Телефон: +49 541 96 202 45
или + 49 541 96 202 68
Email: service@kuenker.com
По всему миру всегда с Вами:
www.kuenker.com

Сотрудничайте с нами – выставляйте Ваши монеты у нас!

Более 10000 клиентов по всему миру доверяют нашему аукционному дому. Мы гарантируем Вам профессиональную обработку Ваших монет и медалей, ссылаясь на новейшие экономические стандарты, а также на многолетний опыт более 160-ти успешно проведенных аукционов. На наших аукционах, проходящих регулярно 4 раза в год, принимают участие тысячи клиентов.

Fritz Rudolf Künker GmbH & Co. KG
Gutenbergstrasse 23 · 49076 Osnabruck
Germany · www.kuenker.com
Osnabruck · Berlin · Munich · Moscow

Ия Имшинецкая

Реанимация ювелирного магазина…
ИЛИ СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА

Продолжаем публикацию статей нашего бизнес-консультанта и тренера Ии Имшинецкой о маркетинговых коммуникациях, способах и инструментах продвижения на ювелирном рынке.
В статье далеко не полный перечень живых идей и предложений.
На семинарах «Эффективное продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом» и «Реанимация ювелирного магазина», которые проходят в Международном Бизнес-центре «6 карат», создаются собственные программы маркетинговых коммуникаций и продвижения.
Можно осуществить проект в корпоративном формате и с помощью специальных технологий методом «мозгового штурма» разработать программу только для собственной ювелирной компании. Повышение прибыли через два-три месяца гарантировано!

6 карат
международный бизнес•центр

Ия Имшинецкая

Эта маркетинговая коммуникация имеет следующие особенности:

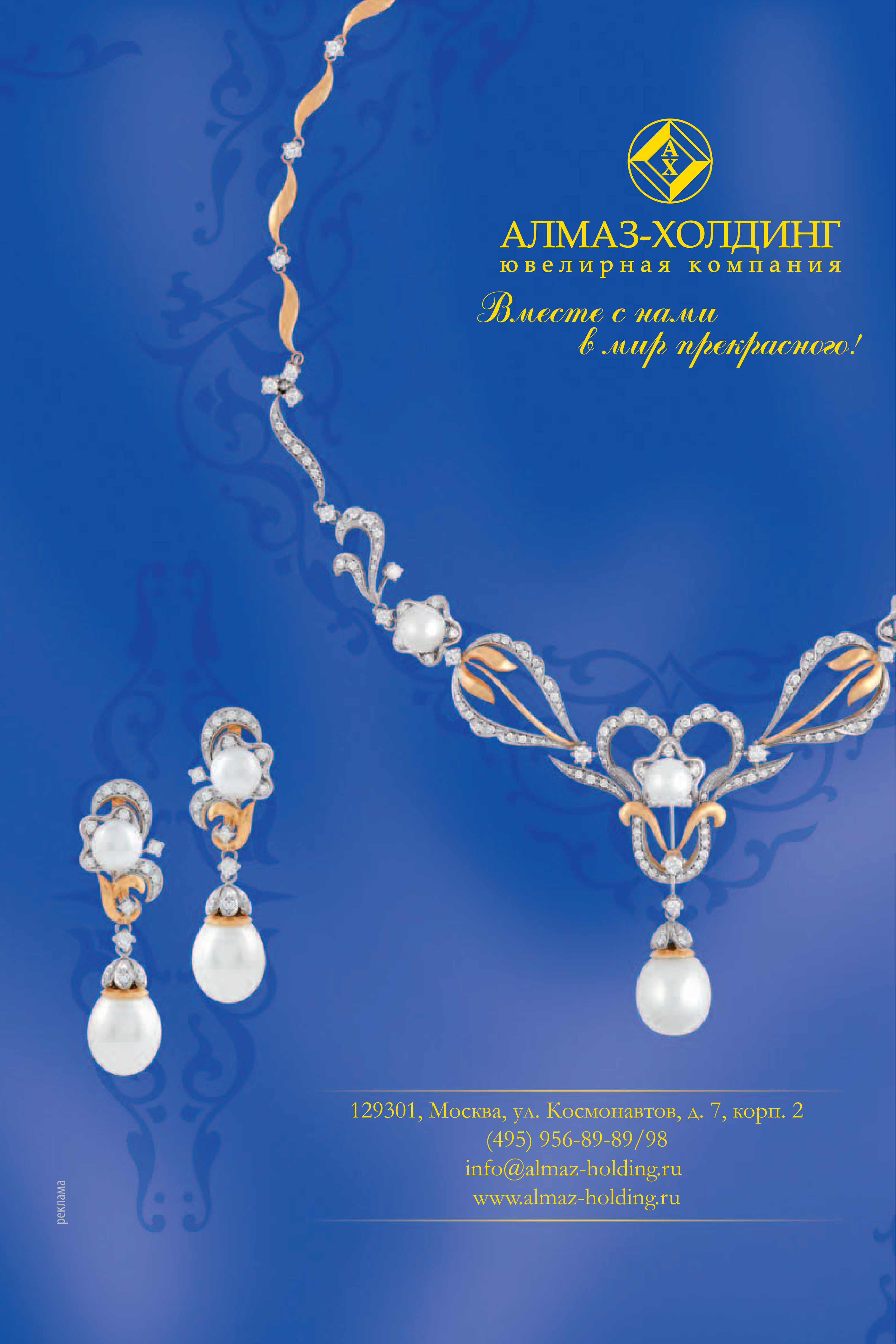
1. Имеет ярко выраженный сбытовой характер.
2. Значительно поднимает сбыт в короткое время и на короткое время — на время акции. Затем сбыт резко встает на доакционный показатель. «В период проведения конкурсов среди покупателей объемы продаж некоторых видов товаров возрастают в 2,8 раза» (статья Е. Смирновой «Ловушка для покупателя» в журнале «Эксперт-Урал»).
3. Имеет интерактивный характер — дает возможность общаться продавцу и покупателю лицом к лицу.

В разных сферах — B2B и B2C стимулирование сбыта строится на разных покупателей, но имеет сходный инструментарий. Инструментов система стимулирования сбыта имеет два набора — для обслуживания двух разных ситуаций:

1. Нехватка клиентов в принципе. И тогда надо привлекать внимание к самому себе как продавцу.
2. Клиентов достаточно, но определенный вид товара не пользуется спросом. Внимание, следовательно, надо привлекать к этому самому товару или группе товаров.

Типология инструментов привлечения внимания к продавцу (обслуживание ситуации 1 — нехватка клиентов в принципе):

1. Прием «скидки». Использование этого приема для привлечения внимания к продавцу подразумевает скидывание цен на весь ассортимент — иначе, если скидка будет на один вид товара, внимание будет обращено именно к нему. Главное, о чем надо помнить, используя этот прием, — скидка должна быть объяснена (чтобы понят-


АХ
АЛМАЗ-ХОЛДИНГ
ювелирная компания
Вместе с нами
в мир прекрасного!
129301, Москва, ул. Космонавтов, д. 7, корп. 2
(495) 956-89-89/98
info@almaz-holding.ru
www.almaz-holding.ru
реклама

но было, отчего ты такой добрый). Хорошо воспринимаются следующие виды скидок:

- Праздничная. Пример:
  До 8 Марта скидка на золото 8%!
- Сезонная. Пример:
  Русский мех по весенним ценам!
- Предъявителю.
- По предоплате.
- На образцы.
- Временная (диагностирующая отсутствие покупателей в указанное время). Пример:
  Ночью дешевле! (дубленки).
- Остаточные. Пример:
  40% скидка на товарные остатки обоев, линолеума и отделочной плитки.
- Оптовые.
- Юбилейные. Пример:
  Нам — 5 лет! Юбилейная скидка 5%!
- По личностному признаку (пола, возраста, профессии…) Пример:
  Родителям выпускников — скидка на золото!
- Игровая скидка. Пример:
  В феврале всем Валентинам — скидка 14%.

Есть одно обязательное условие при эксплуатации этого приема: кампания скидок должна быть четко определена по сроку, иначе эффект «размажется» по времени.

2. Акция «выставка-продажа». Это возможность позвать людей «в гости» и одновременно хороший повод для скидки. Пример:

- Ювелирная сеть «Золотая Орхидея» каждое лето в июле устраивает выставку-продажу бриллиантов.

3. Акция «фестиваль товаров». Практически аналогична выставке-продаже, но имеет праздничный окрас или посвящена товарам определенного производителя (фестиваль каталонской кухни, например) или определенной товарной категории (фестиваль серебра, например).

4. Акция «шоу, праздник». Имеет характер массового праздника на заданную и выгодную продавцу тему. Дает возможность развернуть приемы в действии. Пример:

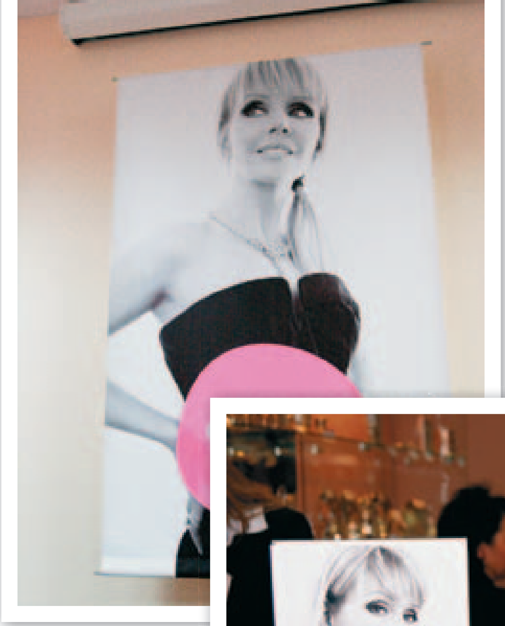
- Стилист Ренье Ламез — ученик школы Кардена превращает любого желающего из зала в звезду. Шоу состоится только один раз! Билеты продаются… (Шоу французского дизайнера по прическам в салоне красоты).

5. Акция «День открытых дверей». Акция носит периодический характер. Богата приемами. Пример:

- День открытых дверей в борделе.

Проститутки бельгийского города Антверпена провели День открытых дверей в известном морякам и туристам городском квартале. Цель этого мероприятия, по их словам, состояла в том, чтобы «сломать барьеры» в отношениях с горожанами и доказать, что квартал красных фонарей абсолютно безопасен в криминогенном отношении.

Дамы легкого поведения радушно предлагали прохожим кофе и другие напитки. Желающим показывали «рабочие помещения». На улицах выступали акробаты, играли музыканты. Было весело и интересно. Городские власти давно грозятся запретить проституцию в этом районе, который, по их утверждению, стал рассадником преступности. Предпринятая в 1993 году попытка положить конец доходному бизнесу «ночных бабочек» провалилась именно из-за того, что проведенный тогда День открытых дверей привлек слишком большое



внимание местной и зарубежной прессы к этим планам (журнал «Отдохни!»).

6. Прием «образовательные мероприятия». Это обеспечение потребителя информацией о товаре или показ, как товаром пользоваться, в форме школы, семинара, консультации… Хороший предлог «позвать в гости». Примеры:

- Абсолютно все для упаковки подарков. Курсы: «Мастерство упаковки и искусство оформления подарка» (реклама фирмы «Мастер-дизайн»).
- Обучение французской методике, регулярные мастер-классы (реклама салона красоты «Decleor»).
- Ювелирный магазин-клуб. Мастер-классы. Как правильно выбрать ювелирное украшение? Как отличить подделку от оригинала? Какие изделия кому на какой случай дарить?

7. Прием «привлечение знаменитости». Под знаменитостью будем понимать не только человека, но и фильм, картину, раритет, куклу… — все, что привлекает внимание за счет своей известности. Хороший повод, позвав, посмотреть на знаменитость, показать себя. Примеры:

- $100 млн. Такова неофициальная сумма контракта Селин Дион с отелем Caesar's Palas в Лас-Вегасе. По его довольно жестким условиям Дион должна в течение трех лет давать в отеле по пять концертов в неделю.
- Если в витрине выставлена точная копия ожерелья Тиффани из известного фильма…

8. Прием «подарки и сюрпризы». Это прямой «подкуп» потенциального клиента. Обычна схема «каждому покупателю — подарок». Пример:

- Каждому клиенту — бутылка французского вина! (реклама турагентства Izumrud).

9. Прием «розыгрыш лотерейных призов». Прекрасная возможность пригласить людей в гости. Повод — «А вдруг выиграли именно Вы». Часто входит составляющей частью в презентации, дни открытых дверей…

10. Прием «шоковое воздействие». Это когда у вас происходит нечто необычное, чего у других нет. Информация об этом распространяется очень быстро и без вашего участия — молвой. Любопытные заглядывают к вам, становясь посетителями. Например, в Москве открылся мужской косметический кабинет «МаксСимыч», где всех обслуживают девушки топлесс.

11. Прием «конкурс». Очень похож на лотерею, только здесь понятно, по каким параметрам выбирают победителя. Например, Nivea проводила конкурс на лучшую семейную фотографию. Три лучшие фотографии печатались в журнале «Домашний очаг» на всеобщее обозрение, и по результатам общего голосования выбранная фотография помещалась на баночки этого крема.

12. Прием «кредит». Очень весомое конкурентное предложение в вашу пользу. Это расширение рынка за счет потребителей, которые заинтересованы в товаре, но сразу приобрести не могут. Часто используется не отдельно, а в составе расширения сервиса.

13. Прием «расширение сервисных услуг». Правильный и, следовательно, эффективный сервис — это знание проблем клиента, связанных с вашим товаром, и решение их. Логично предположить, что, если у человека есть эта проблема и другие проходят мимо нее, а вы решаете ее бесплатно или по минимальной стоимости, этот клиент — ваш. Очень продуманную систему сервиса для оптовиков я нашла у компании — производителя серебряных изделий «Сереброника». Приведу позиции далеко не все, но по ним уже можно судить о степени заботы об оптовиках:

- Отсрочка платежа — товарный кредит на срок до 60 дней.

- Обмен бракованной продукции 100%.
- 100%-ный обмен первой партии при первой поставке.
- Проводим семинары для наших клиентов в наших филиалах.
- Поставка продукции с фирменной биркой клиента.

14. Прием «продажа сертификатов». Очень помогает в случае, если клиенту нужно сделать кому-то подарок. Подарки ведь такая вещь — всегда боишься не угадать и не угодить. А подарив сертификат на энную сумму, клиент может предоставить одаряемому самому (самой) выбрать себе то, что понравится.

Типология инструментов привлечения внимания к товару или группе товаров (обслуживание ситуации 2 — определенный вид товара не пользуется спросом):

1. Прием «конкурс с использованием нашего товара». Пример:

Конкурс «Модель КОЛОР-ТРЕНД!». Победительница конкурса станет моделью в осеннем каталоге компании «Эйвон»!

Если:

- тебе уже исполнилось 16, но еще нет 26;
- ты мечтаешь попробовать свои силы в качестве фотомодели;
- ты уже успела полюбить нашу новую линию COLOR-TREND — тогда пора делать первый шаг. Наш конкурс — твой шанс!

1. Используй свои любимые цвета COLOR-TREND для нанесения макияжа и сделай две фотографии — лицо крупным планом.
2. Пришли эти фотографии вместе с заполненным купоном (где нужно указать имя и адрес. — *И. И.*) по указанному адресу с пометкой на конверте: Отдел маркетинга, конкурс «Модель COLOR-TREND».
3. Не забудь указать, какие цвета COLOR-TREND ты использовала при нанесении макияжа.

Поспеши! Последний день заявок — 15 мая 1999 года (по почтовому штемпелю).

2. Прием «сэмплинг». По-русски — «пробование». Очень распространенный и универсальный прием. Потому что «пробование» — это примерка товара на себя. Примерка одежды, обуви, ювелирных изделий перед зеркалом в магазине. «Примерка» продуктов питания — это дегустация, «примерка» мебели — это моделирование интерьера в компьютере. «Примерка» машины — это тест-драйв. К сэмплингу отнесем и раздачу и размещение в журналах образцов и пробников. Прием часто входит в акции составляющей частью. Особенно популярны дегустации (хотя и в чистом виде они тоже часто используются).

3. Прием «бонус». Бонус — подарок за покупку конкретного товара или нескольких товаров. Создается ощущение, что за одну стоимость человек приобретает два объекта. Служит хорошим поводом избавиться от залежалого товара, инвестировав его в собственный имидж (ведь вы выступаете дарителем!). И к тому же служит хорошим предлогом навестить вас.

4. Прием «скидки на покупку конкретного товара». Пример:

- Новогодние скидки на бриллианты до 50%!

5. Прием «обмен старого на новый с доплатой». Причем это «старое» могло быть куплено где угодно — и не у вас совсем. Прием служит хорошим конкурентным аргументом в вашу пользу и стимулом обращения к вам. Пример:

- Обмен любых автомобилей Volvo на новые!

6. Формирование подарков. Французский опыт: в продовольственных супермаркетах хорошо продаются сыр и вино. Фрукты люди берут не так охотно. Но вот набор, состоящий из вина, сыра и фруктов с названием «Завтрак аристократа» уходит очень быстро. Видимо, не очень ходовой товар может идти «в компании» параллельных товаров да еще завернутым в красивое название (помните обычные пирожки, но названные «Маэстро», из фильма «Самая обаятельная и привлекательная»?).

7. Показ товара в действии. Пример:

- «МИНТЕКС». Швейное промышленное оборудование. Раскройное оборудование, швейные автоматы, запчасти.

Возможен бартер. Демонстрация швейных машин в действии. Эффективные решения для конкретного изделия.

8. N-ный экземпляр бесплатно. Бонусуем товар им самим — дополнительным количеством. Пример:

- Каждый N-ный грамм бесплатно! (идея для опта ювелирных изделий).

10—11 марта 2010 года
12 апреля 2010 года
Семинар
«Эффективное продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом»

2 марта 2010 года
13 апреля 2010 года
Семинар
«Стимулирование сбыта. Реанимация ювелирного магазина»

Обращаться по телефонам: (495) 744-34-64, 232-22-60; 232-33-79

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ» НА МАРТ — МАЙ 2010 Г.

№ п/п		ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
			МАРТ	
1		**1 марта КВЦ «Сокольники»**	Семинар «Эффективный директор ювелирного магазина» НОВЫЙ!	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний*
2		**2 марта КВЦ «Сокольники»**	Семинар «Реанимация ювелирного магазина» НОВЫЙ!	*Владельцы, управляющие и сотрудники отделов рекламы и маркетинга ювелирных сетей и отдельно взятых ювелирных магазинов*
3		**3 марта КВЦ «Сокольники»**	Семинар «Специальные приемы выкладки ювелирных украшений» НОВЫЙ!	*Руководители, дизайнеры, мерчандайзеры, администраторы, продавцы*
4		**4 марта КВЦ «Сокольники»**	Семинар-тренинг «Ювелирный брендинг» НОВЫЙ!	*Руководители, специалисты отделов маркетинга, специалисты по разработке и продвижению бренда*
5		**5 марта КВЦ «Сокольники»**	Семинар «Эффективное продвижение в Интернете. Или как раскрутиться с минимальными вложениями» НОВЫЙ!	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
6		**10–11 марта**	Семинар-тренинг «Эффективное продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом» НОВЫЙ!	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
7		**18 марта**	Семинар «Правила торговли ювелирными изделиями»	*Владельцы и руководители ювелирных компаний*
8		**19 марта**	Семинар «Стандарты работы торгового персонала ювелирных компаний»	*Руководители ювелирных компаний, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом*
9		**25 марта**	Семинар «Изучение покупателей и конкурентов своими силами»	*Руководители и специалисты маркетинга ювелирных компаний*
10		**26 марта**	Семинар-практикум «Методы анализа продаж и ассортимента ювелирных украшений»	*Владельцы и руководители ювелирных компаний, категорийные менеджеры*
			АПРЕЛЬ	
11		**1–2 апреля**	Тренинг «Практика продаж ювелирных украшений»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по прямым продажам*
12		**5–6 апреля**	Семинар «Создание ювелирных коллекций» НОВЫЙ!	*Арт-директоры и дизайнеры ювелирной индустрии, люди, которые формируют стиль выпускаемой продукции*
13		**7–8 апреля**	Семинар «Работа с VIP-клиентом» НОВЫЙ!	*Аккаунт-менеджеры, арт-директоры и дизайнеры ювелирных предприятий, которые выполняют эксклюзивные заказы клиентов*
14	*Курс для руководителей ювелирных компаний*	**12 апреля**	«Эффективное продвижение на ювелирном рынке с минимальным бюджетом»	*Владельцы, директора, руководители ювелирных магазинов, ювелирной сети*
15		**13 апреля**	Семинар «Стимулирование сбыта ювелирного товара. Реанимация ювелирного магазина»	
16		**14 апреля**	Семинар «Управление ассортиментом по товарным категориям»	
17		**15 апреля**	Семинар «Мотивация персонала ювелирных компаний»	
18		**16 апреля**	Семинары «Пробирный надзор: учет и документооборот на предприятиях ювелирной отрасли» и «Основные правила торговли ювелирными изделиями»	

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ» НА МАРТ — МАЙ 2010 Г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
19	**19 апреля**	Семинар «Мошеннические операции с драгоценными металлами и драгоценными камнями в сфере банковской и иной финансовой деятельности»	*Специалисты страховых компаний, банков, инвестиционных структур*
20	**20–21 апреля**	Семинар «Драгоценные металлы и сплавы. Организация работы с драгоценными металлами в банке (слитки и монеты)» Экскурсия на Московский монетный двор и в МГУ им. Ломоносова	*Специалисты коммерческих банков, работающие с изделиями из драгоценных металлов и сплавов*
21	**22–23 апреля**	Тренинг «Практика продаж изделий из драгоценных металлов в банке»	*Специалисты по продажам слитков и монет клиентам банка*
22	**23 апреля г. Алматы**	Семинар «Техника розничных продаж в ювелирном магазине — как привлечь и удержать покупателей»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по прямым продажам*
23	**24 апреля 11.00–14.00 г. Алматы**	Семинар «Анализ продаж и ассортимента ювелирных изделий»	*Владельцы и руководители ювелирных компаний, категорийные менеджеры*
24	**24 апреля 15.00–18.00 г. Алматы**	Семинар «Мотивация персонала ювелирных компаний: сколько, как и за что платить»	*Руководители ювелирных компаний, специалисты отдела кадров, менеджеры по работе с персоналом*
		МАЙ	
25	**7 мая**	Семинар «Пробирный надзор: учет и документооборот на предприятиях ювелирной отрасли»	*Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний*
26	**19 мая КВЦ «Сокольники»**	Консультация по вопросам маркетинга и продвижения на ювелирном рынке	*Владельцы, директора, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
27	**20 мая КВЦ «Сокольники»**	Семинар «Реанимация ювелирного магазина» НОВЫЙ!	*Владельцы, управляющие и сотрудники отделов рекламы и маркетинга ювелирных сетей и отдельно взятых ювелирных магазинов*
		СЕМИНАРЫ С ОТКРЫТОЙ ДАТОЙ	
28	**По мере формирования группы**	Тренинг «Школа менеджеров. Практика оптовых продаж»	*Менеджеры по оптовым продажам*
29	**По мере формирования группы**	Семинар «Драгоценные камни и металлы. Практика определения дефектности ювелирных изделий»	*Широкий круг специалистов ювелирной отрасли*

Внимание! В расписании возможны изменения.
Следите за обновлениями на сайте http://www.6carat.ru/.
Получить информацию по семинарам можно по телефонам: + 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79 или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru

Людмила Зыкович

Идеальные отношения

«Особое мнение» — новый проект журнала «Русский Ювелир» и Международного Бизнес-центра «6 карат». Приглашаем высказать всех желающих свое особое мнение. Мнение на любую тему. Главное — эта тема, которая волнует самого автора.

Попытаюсь написать картину идеальных взаимоотношений торговли и производителей ювелирных украшений со своей точки зрения.

Как выглядит сегодня торговля ювелирными украшениями в массовом сегменте?

Это очень большое количество точек, которые привязаны к покупательскому трафику и не отличаются друг от друга ассортиментом. Эти торговые точки конкурируют друг с другом только качеством рекламного материала и более выгодным расположением на трафике. Почти как продуктовые магазинчики «у дома». Справедливости ради нужно сказать, что уровень сервиса, конечно, может различаться, но для нашего не очень избалованного покупателя это не имеет решающего значения при выборе магазина.

Конкурировать рекламой — это значит конкурировать количеством присутствия на рекламном пространстве и поводом, т. е. тем, что мы предлагаем клиенту через рекламу.

Количество присутствия определяется количеством денег, это значит, что близкие по обороту сети в этом случае не конкуренты.

Я так долго иду лишь к одной мысли — я считаю, что сети должны конкурировать поводом, т. е. тем, что мы предлагаем клиенту. Но если у нас один и тот же товар и одни и те же поставщики, то конкурировать мы можем только размером предлагаемой скидки (не путать с ценой). Это путь в никуда, например, у наших конкурентов была уже реклама скидки 120%.

Мы и так на этом пути обесценили понятие «ювелирные украшения». Только в России товар продается не за штуку, а за грамм.

Когда мы заходим в разные магазины одежды, мы видим разную одежду. Когда мы заходим в разные ювелирные магазины, мы видим одинаковые украшения.

Вот и вывод напрашивается. Идеальные отношения с производителем — это эксклюзивные договоры поставок на обозначенную территорию. Тогда магазины будут различаться товаром, тогда мы будем рекламировать уникальную продукцию, тогда отношения будут выстраиваться с производителем долгосрочные, тогда производители будут планировать свое производство на основе запросов торговли, тогда торговля сможет планировать поставки и тогда мы будем совместно работать над ассортиментом, над увеличением продаж, над продвижением именно нашей продукции.

Тогда каждая сеть будет уникальна и каждый производитель будет иметь имя (бренд).

Почему этого не происходит сейчас?

Поскольку я решилась на критику не со стороны, а изнутри, то прошу не обижаться, говорю ведь о себе. Ювелирная отрасль у нас в России, мне кажется, с точки зрения современных подходов к управлению бизнесом находится на очень низком уровне.

Этому есть причины. Ведь до недавнего времени торговля не могла похвастаться большим количеством сетей. Это и определяло ситуацию торговля-производитель.

Хозяин-директор едет 4 раза в год на выставку и отбирает товар. Способ отбора — интуиция.

Людмила Зыкович, руководитель группы ювелирных компаний: бутик «de Valeur» (3 бутика); сеть ювелирных магазинов «Золотая рыбка» (18 магазинов); сеть ювелирных магазинов «Фианит» (65 магазинов); сеть ломбардов «Золотая рыбка» (55 ломбардов), г. Челябинск

Сейчас ситуация изменилась, но теперь не хочет (простите, если не так, я даже рада буду, если ошибаюсь) меняться производитель.

Я делаю заказ поставщику на партию товара, он говорит: «Ага», — и тут же увозит товар на выставку и продает его. Я делаю заказ, жду месяц и получаю только часть товара. Я сегодня чувствую себя зависимой от поставщика и не чувствую заинтересованности поставщика во мне как покупателе. Такая ситуация может складываться при дефиците товара. Значит, так оно и есть — производителей вроде бы много, но ликвидный товар, дающий основные продажи, представлен небольшим числом поставщиков.

В заключение замечу, что не нахожу в целом ситуацию плохой, просто моя задача — выявить то, что хотелось бы исправить.

В отрасли сейчас много сетей больших и маленьких, крупных производителей и ЧП. Все найдут друг друга, и эксклюзивность даст толчок дальнейшему развитию, поиску своего покупателя, своего стиля. Это называется «естественный отбор».

Галина Габриэль, кандидат искусствоведения

Длинная жизнь отражения

Прошедший год стал юбилейным для одной из самых заметных европейских выставок — «INTERGEM». Впервые она состоялась в Идар-Оберштайне (Германия) в 1985 году, и тогда в ней участвовало всего около тридцати немецких фирм.

Август Рудольф Вильде. Камея на агате. Гран-при
вид Идар-Оберштайна

Сегодня «INTERGEM» привлекает участников и покупателей со всего мира, прежде всего благодаря высочайшему качеству и уникальности огранки цветного драгоценного камня. В октябре 2009 года открылась двадцать пятая, юбилейная выставка, и ей, естественно, придавалось особое значение. Город нашел средства и выстроил новый большой павильон — около 6000 кв. метров, где развернулась экспозиция, проходили основные деловые мероприятия и торжества.

Несколько слов о выставке, оставившей самое благоприятное впечатление по всем параметрам. Все здесь продумано и выстроено для удобства участников и гостей: павильоны и холлы собраны под одной крышей; они сравнительно небольшие, «человеческого» масштаба, и при желании экспозицию можно было без напряжения изучить за один день. В основном холле разместились самые известные фирмы Идар-Оберштайна: Ph. Hahn Sohne, Konstantin Wild и другие — гордость и слава города. На их стендах были представлены потрясающей красоты редкие цветные камни, иногда фантастических размеров: густо-синие танзаниты, насыщенно-оранжевые имперские топазы, редчайшие параибы, редкой окраски бриллианты… Здесь поражали и уникальные, потрясающего качества огранки прославленных мастеров Идар-Оберштайна. В этой части выставки шла деловая работа солидных продавцов и соответствующих покупателей. В остальных павильонах разместились камнерезно-ювелирные фирмы, оптовая торговля сравнительно недорогим, но качественным цветным камнем и изделиями из него, предлагалось профессиональное оборудование.

Замечательно, что устроители «INTERGEM» нашли возможность выделить отдельный небольшой павильон для молодых немецких ювелиров. В удобных для экспонирования витринах были представлены дизайнерские ювелирные украшения, в основном выпускников профессиональных школ Идар-Оберштайна, Пфорцхайма, Мюнхена, а также студенческие проекты и программы обучения. Здесь было много интересных креативных ра-

Открытие выставки

Август Рудольф Вильде. Камея на агате. Гран-при Всемирной выставки в Париже 1937 года

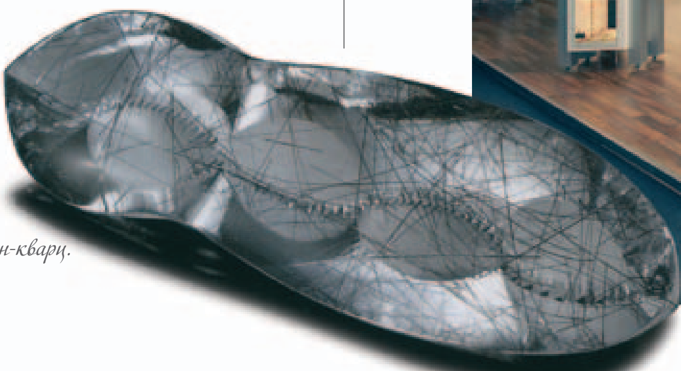
Александра Вебер. Кольцо

Члены жюри: сэр Габи Толковски и Галина Габриэль

Агатовая резная чаша из музея Идар-Оберштайна

Огранка Гюнтера Бохера

Катарина Фансело. Германия. Синтетическая бесцветная шпинель с синей вставкой. Поощрительная премия



Ютта Мюнштайнер. Германия. Турмалин-кварц. Поощрительная премия

Катарина Фансело. Германия. Серьги из циркония и черненого серебра. 1 премия в молодежной номинации

Экспозиция молодых дизайнеров

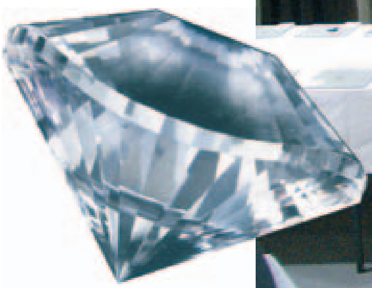
бот, среди них особенно запомнились утонченные, эстетские украшения группы Delikatessen — объемные формы, выгнутые из тончайших резных пластин агата; ожерелья Хейке Триес — резиновые шланги с нанизанными на них длинными цветными жемчужинами; экзотичные кольца Александры Вебер, хитроумные кинетические украшения-конструкции Тани Эммерт, стильные ювелирные вещи с янтарем Вибке Хаас.

В рамках выставки «INTERGEM» традиционно проводится конкурс в номинациях ювелирного искусства и огранки камня. В этом году для «взрослых» мастеров он тоже стал юбилейным — сороковым и прошел под девизом «Длинная жизнь отражения», для молодых темой была выбрана «Игра света». В жюри были приглашены известнейшие мастера огранки камня: Самюэль Гетц из Майами, Лео Врумен из Лондона, директор ювелирной школы в Пфорцхайме Сигрид Копитке. Но даже среди этих авторитетнейших в среде профессионалов имен «звездой» был сэр Габи Толковски, правнук знаменитого М. Толковски, рассчитавшего «идеальную» форму огранки бриллианта. Его потомок сегодня не менее известен в профессиональных кругах как один из лучших в мире мастеров фантазийной огранки бриллианта. В частности, он гранил такой шедевр, как бриллиант «Золотой юбилей» в 545 карат. Он, кажется, знает все о секретах огранки драгоценного камня, и его комментарии к работам конкурсантов были емки и остроумны. Не менее интересным было и общение с другими членами жюри, благодаря которым мои познания в области огранки камня весьма расширились. Остается сожалеть, что членом жюри этого конкурса можно быть только один раз. Исключение делается лишь для лорд-мэра Идар-Оберштайна, постоянно входящего в состав жюри. Последние несколько лет эту роль в жюри исполняет мэр Бруно Зиммер, и исполняет, кстати, профессионально.

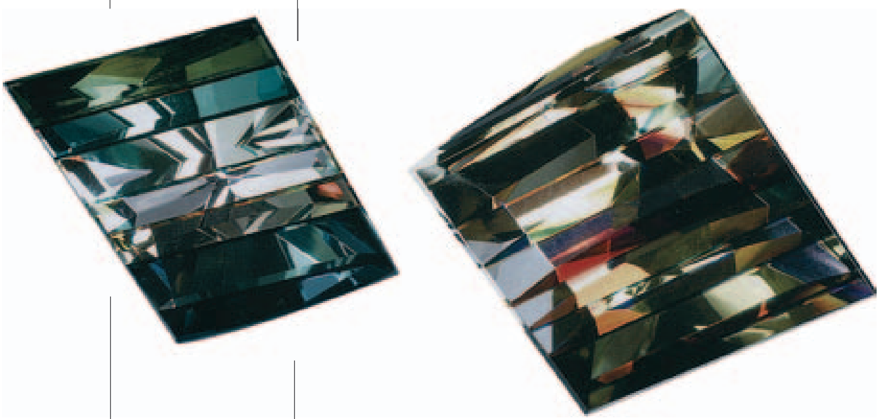
Вполне естественно, что, учитывая направленность выставки и девиз конкурса, основное внимание мастера уделяли именно огранке камня, и ее разнообразие впечатляло: пространственные «космические» миры, спрятанные внутри кристалла, завораживали, уникальные структурные включения, подчеркнутые огранкой, притягивали взгляд... Определить победителей оказалось делом непростым — жюри выбирало «лучшего из лучших», призов явно не хватало. В результате во взрослой номинации главный приз и 4000 евро получил известный американский художник Майкл Дайбер, уже побеждавший на этом конкурсе в 1994 году. Дайбер представил на конкурс прозрачнейший аквамарин в безупречной обработке, где симметрия и одновременно фантазийность огранки не противоречат друг другу, а создают некое футуристическое решение темы «Отражения».

Получивший вторую премию Феликс Кирххофер из Цюриха показал превосходно ограненный светлый аметист, поражавший неожиданной фор-

Члены жюри конкурса

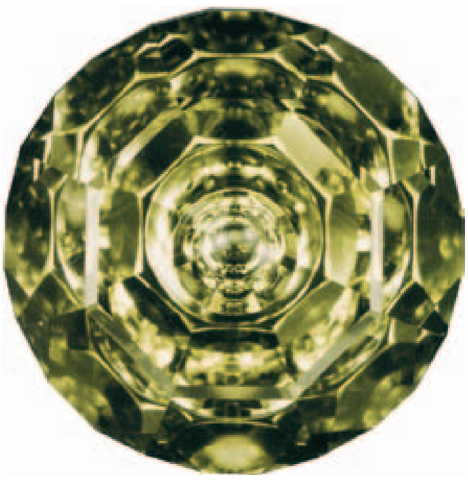


Феликс Кирххофер. Швейцария.
Аметист. 2 премия



Мириям Дреер. Швейцария.
Синтетическая шпинель. 2 премия

Фрагмент экспозиции выставки



Джон Дайер. США. Цитрин.
3 премия

мой — волнообразный край и гранение, выполненное под пятью разными углами. Работа поразила жюри тем, что даже при плохом освещении камень очаровывал игрой света и силой его отражения в кристалле. Не менее блестяще была выполнена огранка лимонного цитрина Джоном Дайером из США, получившим третье место. Камень поражает оптическими иллюзиями — в цитрине выгравированы две редукционные линзы, и отверстие в нижней части отражается при взгляде сверху в двадцатипятикратном размере за счет углов граней и линзы на верхней поверхности.

Не менее классными были и работы, получившие лишь поощрительные премии: вспомнить хотя бы уникальную огранку кварца Ютты Мюнштайнер, где на камень мягкой округлой формы нанесены внутренние сферы, по которым вьется дорожка из тончайших филигранных насечек, создавая на внешней поверхности эффект драгоценной бриллиантовой огранки.

Отличными работами была представлена и молодежная номинация конкурса. Первое место здесь получила Катарина Фансело из Гамбурга, одна из немногих предложившая на конкурс ювелирное изделие — серьги из оксидированного серебра с вставками из циркония. На первый взгляд эти лаконичные и простые по пластике украшения вполне ординарны. Главная «фишка» работы — оригинальное конструктивное включение камня в металл: кристалл циркония сложной огранки работает одновременно на лицевую и изнаночную сторону серьги, и кажется, не металл держит камень, а наоборот. Диалог простой формы металла и сложной внутренней жизни камня завораживает и притягивает взгляд.

Катарина Фансело получила еще и поощрительную премию за изделие из синтетической бесцветной шпинели с синей вставкой. Даже искушенные в огранке члены жюри не сразу могли понять некоторые хитрости ее работы, когда специальный угол огранки вдруг рождал в прозрачном кристалле насыщенный синий цвет, иллюзию движения океанских волн. Что может быть приятнее похвалы из уст самого сэра Габриэля Толковски? Рассматривая эту работу, он сказал, что недавно, работая над огранкой уникального бриллианта, столкнулся с трудноразрешимой технической проблемой, и именно это изделие конкурсантки подсказало ему ее решение.

Мириям Дреер из Швейцарии получила вторую премию за огранку синтетической шпинели, блестяще воплотив тему конкурса «Игра света». Автор предложила инновационную технику огранки, где регулярным цветовым слоям камня противопоставлены нерегулярные асимметричные грани формы, что дало уникальные переливы кристалла, игру в нем света и цвета, напоминавшие эффект северного сияния.

К сожалению, на конкурсе, очевидно учитывая его направленность, практически не было камнерезной пластики. Немного ее было и на выставке, поэтому мне удалось по достоинству оценить этот традиционный для региона Идар-Оберштайн вид творчества лишь в Музее драгоценного камня — German Gemstone Museum in Idar-Oberstein, крупнейшем и лучшем в Европе, отпраздновавшем в этом году свое 150-летие. В постоянной экспозиции музея представлено более десяти тысяч объектов: уникальные минералы, резные вещи из агата и других камней, выполненные мастерами разных поколений. Многие из этих работ когда-то разошлись по всему миру, но благодаря усилиям музейных сотрудников, финансовой поддержке города и спонсоров постепенно приобретались на аукционах, выкупались у частных владельцев и оказались в музее.

К юбилею музея была подготовлена специальная экспозиция «Избранные камнерезные и ювелирные работы за 150 лет». Для этого была проведена частичная реконструкция музея, и в обновленном пространстве предстали работы мастеров Идар-Оберштайна за прошедшие полтора века. Это потрясающей красоты классические резные кубки, чаши, шкатулки из агата, уникальные геммы, иногда весьма внушительных размеров, в том числе камея на агате Августа Рудольфа Вильде, получившая Гран-при на Всемирной выставке в Париже 1937 года.

Анималистическое направление также представлено в музее именами мировых знаменитостей. Это прежде всего виртуоз камня Герд Дрехер, для которого, кажется, не существует сложностей в работе с твердым камнем. Привлекают внимание и выразительные массивные композиции из полудрагоценных камней Альфреда Циммермана, Дитера Рота, Эмиля Беккера. Не все эти вещи безукоризненны по вкусовым параметрам, но само мастерство их исполнения впечатляет. Мелкая камнерезная пластика сегодня меньше привлекает мастеров Идар-Оберштайна, хотя известно, что в начале двадцатого века ее резали здесь в значительных количествах, прежде всего для фирмы Фаберже, имя которого здесь знают и помнят.

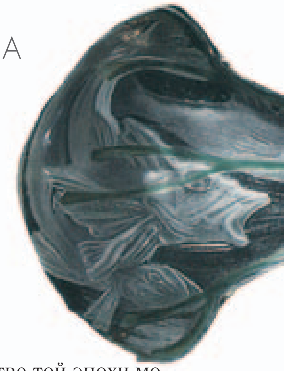
Выразительно представлена в экспозиции и середина XX века — время экспериментов в ювелирном и камнерезном искусстве Идар-Оберштайна. Среди тех, кто занимался тогда поисками новых пластических и художественных возможностей камня, интересовался его новыми пространственными измерениями, были Рудольф Дрошель, Виктор Шанк, Бернд Мюнштайнер. Их творчество стало явлением не только в немецком, но и в европейском искусстве работы с камнем. Есть в экспозиции и работы молодых продолжателей знаменитых династий мастеров Идар-Оберштайна: Дрехеров, Постлеров, Вайлдов, Мюнштайнеров, — демонстрирующие развитие традиций художественной резьбы, огранки камня и ювелирного мастерства. Это вселяет надежду, что, несмотря на все кризисы, немецкие мастера выстоят и еще удивят и порадуют нас своим замечательным искусством.

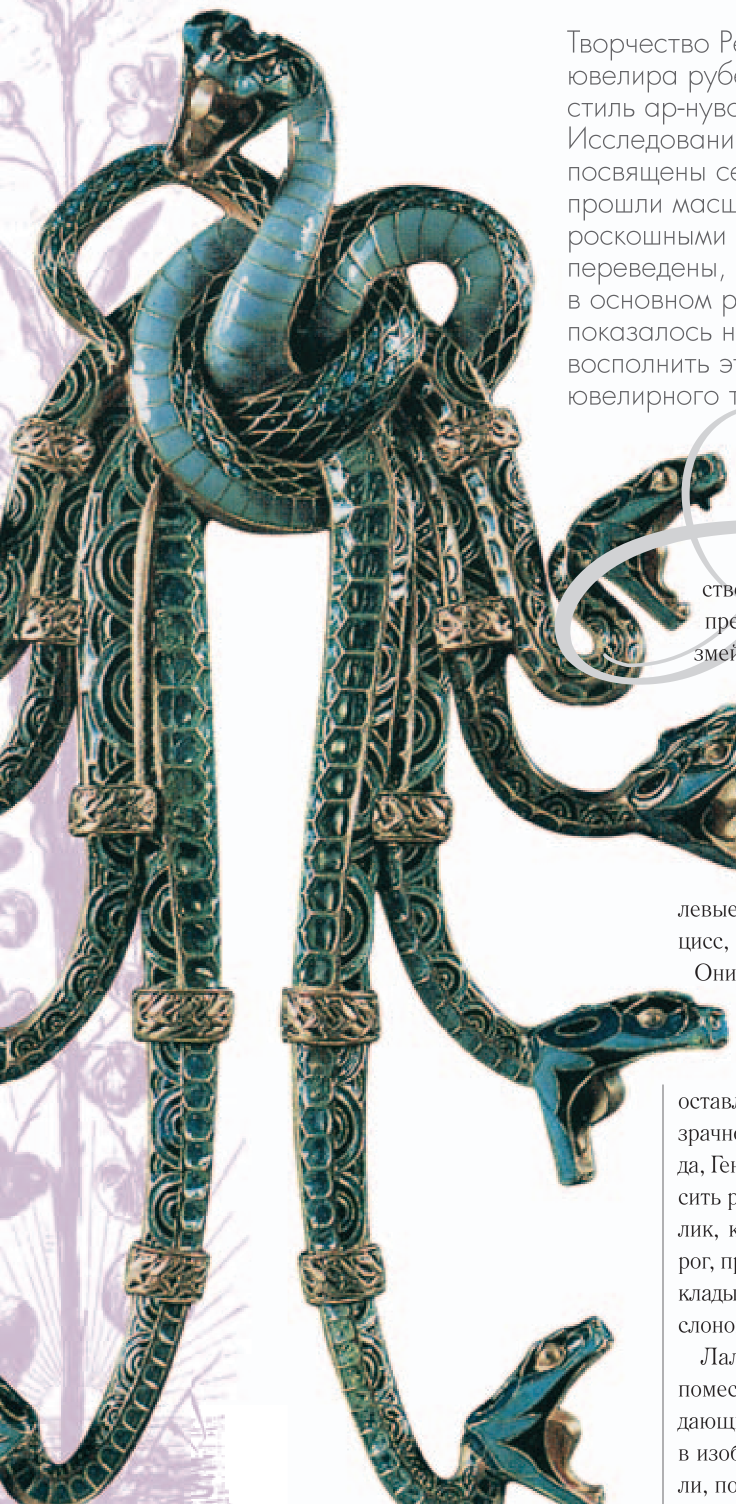
Галина Габриэль, кандидат искусствоведения

Мир Лалика

Начало в № 1, 2010

Творчество Рене Лалика, самого знаменитого ювелира рубежа XIX–XX веков, олицетворявшего стиль ар-нуво, хорошо известно во всем мире. Исследованию его ювелирных и стекольных работ посвящены серьезные монографии, в Европе и США прошли масштабные выставки, сопровождающиеся роскошными каталогами. У нас пока эти труды не переведены, а отдельные публикации посвящены в основном работам в стекле. Поэтому нам показалось небесполезным хотя бы отчасти восполнить этот пробел, прежде всего в контексте ювелирного творчества Лалика.





Украшение на корсаж «Змеи». Золото, эмаль

Не менее популярный в ювелирном искусстве той эпохи мотив змеи у Лалика обретает новые черты. Змея для него — это воплощение двойственного облика женщины: ее божественности и соблазна, искушения и греха. В то же время форма змеи прекрасно вписывалась в линеарность стиля ар-нуво. Одна из первых змей Лалика появилась в сценических украшениях Сары Бернар, а самая известная — украшение на корсаж «Змеи» 1899 года хранится в коллекции Гюльбенкяна.

Еще одна постоянная тема украшений Лалика — мир природы. По воспоминаниям современников, он всегда окружал себя растениями, прежде всего цветами. В его работах появляются не только любимые цветы модерна ирисы, орхидеи, символизирующие чувственность, сексуальность, но и простые полевые, садовые цветы: ландыши, фиалки, анютины глазки, жасмин, нарцисс, также, впрочем, несущие определенный символический подтекст. Они появляются в его брошах, подвесах, пряжках и изображаются в разных состояниях: в виде бутонов, расцветшие, увядающие — как символ жизненного цикла. Особенно роскошны его тиары и гребни с орхидеями. Несмотря на весьма внушительные размеры, они оставляют ощущение легкости благодаря виртуозной резьбе и полупрозрачности материалов: слоновой кости, рога и витражной эмали. (Правда, Генри Веве в своей монографии отметил, что эти украшения могут носить разве что такие экстравагантные женщины, как Сара Бернар.) Лалик, кстати, первым использовал в работах специально обработанный рог, предпочитая рог быков из Индии и Южной Америки. Иногда он подкладывал в изделие золотую пластину с эмалью, просвечивающую через слоновую кость или рог, придавая им драгоценное мерцание.

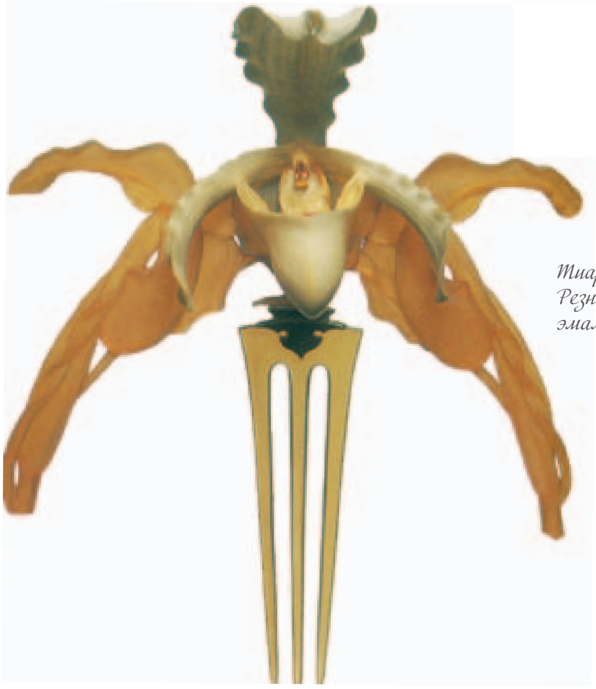
Лалик часто обращался и к пейзажам, в том числе окружающим его поместье Clairefontaine, отдавая предпочтение осенним и зимним видам, дающим возможность показать структуру растения, изысканную линию в изображении обнаженных ветвей, использовать мягкие оттенки эмали, полупрозрачный перламутр, стекло. Здесь можно вспомнить и шейное украшение «Лесной пейзаж» с мерцающими отблесками резного опала, подвес «Зима» с нежными переливами эмали, брошь «Веточки», выполненную под очевидным влиянием японского искусства. Это влияние очевидно и в изумительной по красоте шляпной булавке «Осы», где изображение насекомых радикально отличается от традиционно европейского. Насекомые хрупки, подвижны, даны в момент движения, создавая иллюзию «сверхреальности». Впервые представленная на Все-

Корсажное украшение «Рыбы».
Золото, стекло прессованное,
гравировка

Рисунок корсажного украшения «Сосновые шишки». Карандаш, акварель, чернила

Украшение на корсаж «Почки ивы».
Золото, стекло, эмаль, опал

Подвес «Зимний пейзаж».
Золото, эмаль, жемчуг, стекло



Тиара «Орхидея».
Резная слоновая кость, рог, золото,
эмаль, бриллианты

Фрагмент шейного украшения.
Золото, жемчуг, эмаль, опалы

Декоративная булавка «Осы». Золото, эмаль, бриллианты, опал

Брошь-подвес. Золото, эмаль, жемчуг

Подвес «Розы». Золото, стекло, опал, бриллианты, эмаль

Гребень «Рои». Серебро, эмали

мирной выставке 1900 года, эта работа имела огромный успех.

Отмечая художественное начало, символизм работ Лалика, нельзя забывать, что это одновременно образцы высочайшего ювелирного мастерства. Они одинаково замечательно проработаны как с лицевой стороны, так и с изнанки, которая фактически не видна. Сам Лалик в основном делал рисунки, эскизы, проекты и модели в натуральную величину, где детально указывал толщину и оттенки металла, эмали, форму камня, детали его обработки. Из металлов Лалик предпочитал золото высокой пробы, часто комбинируя в одном изделии разные его оттенки. Использовал он и медь, сталь, алюминий. Из камней преимущественно работал с эксклюзивными кабошонами, выбирая их прежде всего за цвет, мерцание. Более всего он любил камни холодных оттенков: синие, голубые, зеленые — темные сапфиры, перидоты, изумруды, хотя в его работах встречаются и коричневато-желтые топазы, желтые бриллианты, прекрасно сочетающиеся с теплым золотом.

Самый любимый камень художника, безусловно, опал. Он постоянно появляется в его работах, передает загадочное сияние воды, неба, используется в изображении растений, насекомых, птиц. До него ювелиры сравнительно редко работали с опалом, считая, что он обладает дьявольской силой и приносит неудачу. Лалик почти не использует крупные бриллианты, предпочитая изображать мелкие розочки, оттеняющие стебли растений, крылья насекомых. Он может спокойно комбинировать бриллианты со стеклом, если это работает на образ вещи.

Особое место в работах Лалика занимает эмаль, часто в сочетании с камнями. Используя практически все основные техники ювелирной эмали, он особенно любил plique-a-jour — витражную эмаль. Эта сложнейшая техника, известная уже в эпоху Возрождения (ее упоминает в своем труде Челлини), позднее была практически забыта и возродилась усилиями французских эмальеров в середине XIX века, в частности Фернаном Тесма. Для Лалика plique-a-jour замечательна еще и тем, что она не разрушала конструкцию его украшений, не отражала свет, но впускала его в них, насыщая внутренней жизнью. Для него это принципиально важно: свет в его работах — это дух природы, одна из ее метаморфоз. И конечно неслучайно рядом с полупрозрачной эмалью все чаще в его работах появляется стекло, доминирующее в поздних произведениях.

Лалик использует прозрачное, цветное, матированное стекло, он его льет, режет, гравирует, полирует, превращая в драгоценность, и блистательно вписывает в концепцию произведения. Как, например, в броши «Поцелуй», где изображение юноши дано в высоком рельефе, а женская головка выполнена в глубокой резьбе. Металл почти исчезает в этой работе, а прозрачное стекло символизирует чистоту и хрупкость отношений влюбленных. Замечательно использованы возможности прессованного стекла, гравировки и в корсажном украшении «Рыбы» 1903 года, и в украшениях позднего периода.

С 1910-х годов заметно меняется и стилистика работ Лалика. Его по-прежнему вдохновляет мир природы, но из его вещей уходят прихотливые линии ар-нуво, рисунок становится строже, абстрактнее, стилизация сдержаннее, функциональнее, отражая новые веяния нарождающегося стиля ар-деко. С этого времени основная деятельность художника сосредоточивается на создании стекольных объектов, но он продолжал использовать стекло и в ювелирных работах — как уникальных, так и в образцах для массового тиражирования. Он делает серию декоративных парфюмерных флаконов из стекла с гравировкой — их носили тогда на длинных шелковых шнурах, аксессуары — нарядные вечерние сумочки, пряжки к поясам, зеркала, вставки в часы. Художественные принципы, оригинальные технологические находки работы со стеклом, найденные в поздних вещах Лалика, оказали тогда мощное влияние на формирование в европейском прикладном творчестве идей ар-деко. Они и сегодня не потеряли своей актуальности и развиваются как фирмой Catherine Vincent-Dolor «Lalique», так и другими фирмами и мастерами.

Yudin Art

PRESENT

Венеция перед дождем. Х. м. 70х40, 2009 г.

www.yudinart.ru, Studio: +7 (499) 271 63 75,
e-mail: yudinart1@yandex.ru

реклама

РОСЮВЕЛИРЭКСП
АО МГКЛ
"МОСГОРЛОМБА
ПРЕМЬЕР
АДАМАС
РОСЮВЕЛИРЭКСПО

Накануне Нового 2010 года и Рождества Христова в Культурно-выставочном центре «Сокольники» с 3 по 13 декабря прошел Рождественский Фестиваль. Украшением Фестиваля стала Московская международная выставка ювелирных изделий и подарков «Ювелир-3», организованная ЗАО «Р.О.С.Ювелирэкспо».

Творческое соревнование, взаимное культурное обогащение и взаимовыгодные экономические контакты являются главными итогами выставки. «Ювелир-3» открыл новые горизонты сотрудничества, пробудил интерес к творчеству, потребность в обмене информацией и развитию совместных производств. Настоящим украшением Фестиваля стал конкурс Дедов Морозов и Снегурочек. Предлагаем вам окунуться еще раз в атмосферу праздника, царившего в эти предпраздничные дни в Сокольниках!

фото предоставлено ФотоДизайнСтудией «A.Shabelinkov»

Лиза Епифанова

«SIHH 2010». Механики и поэты

Piaget

По сравнению с прошлогодним Женевским часовым салоном, который фонтанировал сенсационными новинками часового и ювелирного искусства, причем в довольно возбужденной атмосфере, прошедший в январе этого года Салон отличался едва ли не умиротворяющей обстановкой.

В ДО СРОКА

Возможная причина — то, что все основные инновационные достижения этого года были заблаговременно анонсированы компаниями за несколько месяцев до официальной презентации на «SIHH». Уже было известно, что Piaget завершила работу над новой ультратонкой Altiplano с самым тонким автоматическим калибром в мире. На самом деле эту модель ждали уже года три (с тех пор как начались ее разработки), но Piaget сознательно приурочила премьеру новой Altiplano к 50-летнему юбилею своего предыдущего рекорда. В 1960 году Валентин Пиаже представил калибр 12P, который был признан самым тонким механизмом с автоматическим заводом (2,3 мм). Его современный преемник — калибр 1208P (высота 2,35 мм) с микроротором из 22-каратного золота. Это самый тонкий из доступных сейчас механизмов с автоподзаводом. Соответственно, новая Altiplano с этим калибром стала самыми тонкими автоматическими часами в мире: высота корпуса всего 5,25 мм.

О запуске проекта TimeWriter объявила также Montblanc. Специально для мануфактуры из Виллере теперь каждый год независимые мастера будут разрабатывать уникальную концептуальную модель (примерно как Opus для Harry Winston). Первый опыт получил имя Metamorphosis, и создали его два молодых мастера Франк Орни и Джонни Джирарден. Это дей-

3-я ежегодная выставка-презентация новых товаров и услуг для ювелирной отрасли 13-15 мая 2010 года

**Будут представлены все новинки оборудования,
инструмента и технологий 2009-2010 гг.
Демонстрация приборов и оборудования, практические занятия,
лекции и семинары в учебном классе,
индивидуальные и групповые консультации, взаимный обмен опытом
– все это в технопарке «Сапфир» на Люблинской.**

Участие во всех мероприятиях и программах – бесплатное.

Приглашаем посетителей!
Приглашаем экспонентов!

реклама

**13 – 15 мая
2010 г.**

Ждем Ваших заявок!
Вы можете заказать темы для семинаров!
e-mail: evm@sapphire.ru
тел.: (495) 739-43-11

Vasheron Constantin

A.Lange & Sohne, Moonphase

Louis Moinet, Meteoris

Montblanc , Metamorphosis

Girard-Perregaux

Cartier

ствительно удивительные часы, в которых циферблат состоит из двух слоев. Верхний слой — это классический хронометр со стрелочным календарем. Нажатием кнопки он раздвигается и превращается в циферблат хронографа. Примечательно, что на месте календаря оказывается счетчик минут, поэтому это единственный в мире хронограф, засекающий 31 минуту.

Анонсировали свои новинки также Girard-Perregaux, Vacheron Constantin, которые представили собственные варианты ультратонких часов: первая компания в рамках винтажной коллекции «1966», а вторая — в рамках винтажной же коллекции Heritage на базе собственных ультратонких механизмов 1950-х и 1960-х годов выпуска.

Уже из этих предпремьер можно было сделать вывод о тренде, набирающем популярность в наступившем году: ультратонкая классика, причем с явной отсылкой к стилю 1960-х. Действительно, както нескромно в наши времена носить яркие аляповатые «шайбы» с массивным золотом. Теперь в моде сдержанность, строгость и ностальгия по тем временам, когда мужчины носили «тройки», а часы скромно выглядывали из-под манжета.

Интересно, что перенос выставки «SIHH» на январь, да еще и с демонстрацией знатокам и байерам премьер заранее, серьезно сказался на всем информационном календаре часового сообщества. Например, крупнейшей отраслевой выставки в Базеле. Чтобы не отставать от женевских конкурентов, многие участники «Baselworld» начали присылать анонсы новинок 2010 еще в декабре! Причем эта виртуальная гонка никак не влияет на процесс производства. Большинство из представленных моделей мы по традиции не увидим в продаже раньше осени.

ПЛАТИНА И ЗОЛОТО

Те же компании, которые не анонсировали новинки, в большинстве своем, как оказалось, их даже и не представили. Точнее, представили — хорошо знакомые и популярные модели в новом исполнении. Даже новички Салона, впервые участвующие в выставке в этом году марки Greubel Forsey и Richard Mille, презентовали скорее себя и свою философию, чем новые коллекции.

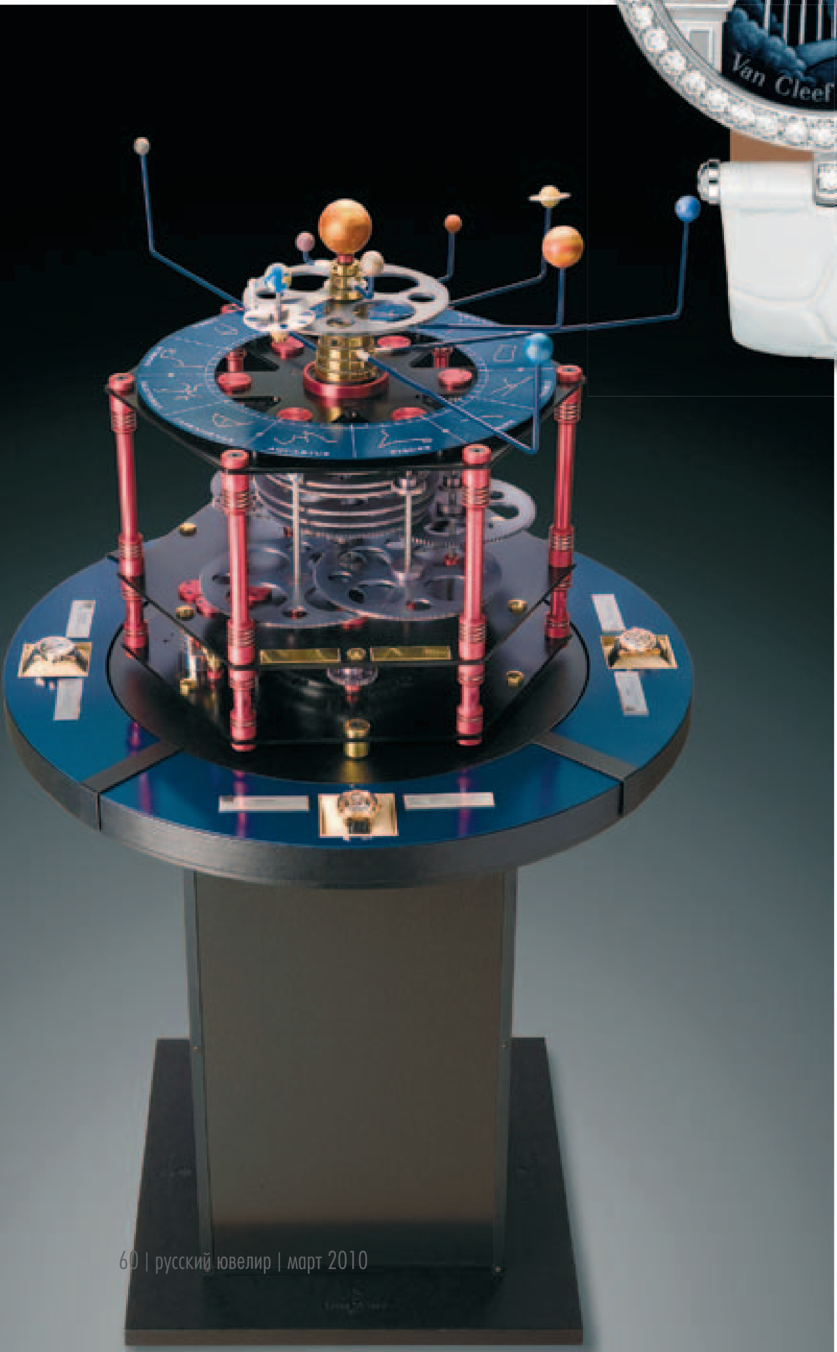
Например, Стивен Форси и Роберт Грюбей из Greubel Forsey, мотивируя тем, что все их новые идеи находятся в стадии доработки, в качестве новинки представили свое третье изобретение Tourbillon 24 Secondes Incline, совместивший фирменный турбийон, наклоненный на 25 градусов и 24-часовую индикацию, не в золотой, а в платиновой версии.

Кстати, платину можно было бы назвать лидером и главным трендсеттером этого Салона. Платиновые версии турбийонов Excalibur представила Roger Dubuis. В платиновых корпусах предстали сложнейшие механизмы от Vacheron Constantin, а уже упомянутые ультратонкие часы от Girard-Perregaux из линии «1966» также были выпущены в платиновой версии.

Увлечение платиной можно считать частью общей тенденции — стремлением выделиться за счет

Girard-Perregaux, Laureato Quartz

Van Cleef & Arpels, Pont des Amoureux



Roger Dubuis

новых материалов корпуса. Поиск новых сплавов стал уже настолько раскрученной тенденцией, что можно только радоваться за химические лаборатории, которые часовые производители атаковали своими заказами. Цели для подобных изысканий примерно одинаковы: большая надежность, долговечность и красота. В этом году свои достижения в области создания новых корпусов представили самые разные марки, причем, что интересно, — для многих из них это был первый опыт.

Так, символом этого нового тренда стал тот факт, что на стенде часовой мануфактуры из Гласхютте A. Lange & Sohne гостей впервые встречал не новый модуль, не оригинальный спуск, а слиток золота — новый сплав, названный Honey Gold, который должен стать «визитной карточкой» марки. Сплав «медовое золото» состоит из золота, меди, марганца и кремния. Наличие последнего позволяет золоту от Lange быть в полтора раза тверже нержавеющей стали. В этой новой «обертке» были выпущены три модели из коллекции Homage to F. A. Lange, уже хорошо знакомые поклонникам мануфактуры: Tourbillograph, Lange 1 Tourbillon и 1815 MoonPhase.

ТО, ЧТО ОЖИДАЛИ

Впрочем, если саксонская мануфактура и удивила такой резкой сменой приоритетов от «начинки» к корпусу, то про остальные бренды можно сказать, что они представили именно то, что от них ждали. Vacheron — новую коллекцию Metiers d'Art, где вместо очередных «масок» появился сет из трех моделей La symbolique des laques, в которых циферблат закрывает золотой диск, украшенный декоративной японской лакировкой маки-э. Cartier сделала еще более тонкими и стильными свои скелетоны и турбийоны, а также, что интересно, представила две модели, отвечающие требованиям современного спроса: достаточно демократичную Calibre de Cartier в стальном или золотом корпусе 42 мм на базе собственного автоматического калибра 1904 PS MC (цена за стальную версию чуть больше 4 тысяч евро) и роскошную женскую линию Captive, щедро покрытую золотом и бриллиантами.

Продолжила эксперименты с «поэтической механикой» марка Van Cleef & Arpels. Никто больше не умеет превращать циферблат в смену времен года, а стрелки в крылышки фей и летающих бабочек. Но наиболее романтичное воплощение ретроградной индикации удалось создать Van Cleef & Arpels в модели Le Ponts des Amoreux: по мосту из белого золота на фоне черного циферблата навстречу движутся двое влюбленных. Юноша — это минутная стрелка, он идет быстрее подруги, показывающий часы. Естественно, два раза в сутки — в полдень и полночь — влюбленные встречаются, чтобы на секунду слиться в поцелуе и тут же разбежаться в разные стороны.

МНЕ БЫ В НЕБО

Интересно, что идея «развлекательной механики», продиктованной соображениями не практичности, а зрелищности, стала уже настолько популярной, что ее можно обозначить рамками общего тренда. К нему можно отнести и уже упомянутую Metamorphosis от Montblanc, и другую новинку марки — Villeret ExoTourbillon, и Astrotourbillon от Cartier, и вращающийся по звездному небу турбийон Master Grand Complication от Jaeger-LeCoultre. Кстати, связать вместе темы астрономии и часового механизма — это великолепный способ обеспечить зрелищность. Что и продемонстрировали гранды выставки (даже неожиданный в этой области Panerai), представившие различные астрочасы. Тут стоит упомянуть последнее творение марки Louis Moinet, представленное не на «SIHH», а на проходившей параллельно выставке независимых компаний «Geneva Time Exhibition» (GTE) — Meteoris, сет из 4 моделей наручных часов с турбийонами и циферблатами, изготовленными из среза 4 разных метеоритов, найденных в разных точках земного шара. Часы расположены в гнездах основания планетариума — точно воссозданной механической модели солнечной системы, к тому же с кольцом зодиакальных созвездий. Модель изготовлена в единственном экемпляре и уже продана по впечатляющей цене: 4,5 миллиона франков.

Впрочем, картину восхищениями шедеврами развлекательной механики несколько подпортило известие о банкротстве фабрики BNB — известного производителя как раз сложных концептов, обслуживающего множество брендов люкс.

Cartier Captive

НЕВЕДОМЫЕ ТРОПИНКИ

И все-таки на выставке случился и неожиданный сюрприз. Girard-Perregaux, представившая в 1970 году на выставке в Базеле часы Elcron с собственным кварцевым механизмом, альтернативным знаменитому Beta 21, решила не обойти вниманием этот юбилей, а кроме того, отпраздновать 35-летие собственной коллекции Laureato, которое также приходится на этот год. Чтобы отметить двойную дату, в 2010 году была представлена удивительная модель — удивительная для нашего времени — Laureato Quartz, оснащенная мануфактурным кварцевым механизмом GP13500. Интересно то, что часы выпущены по всем правилам престижной механики: внушительного диаметра 46,6 мм стальной корпус дополнен прозрачной задней крышкой, сквозь которую видна платина механизма, вручную гравированная «женевскими волнами», и гнездо батарейки, закрытое золотой пластинкой с гравированным гербом марки. Тираж тоже вполне коллекционный — 40 экземпляров в честь юбилея, как, впрочем, и цена 11 000 евро, пожалуй, одна из самых высоких среди кварцевых часов без ювелирной отделки.

Неужели это зарождение нового тренда, и кварцевый механизм все-таки нашел тропинку в мир часового люкса?

Патрисия Брюгер, Международная ассоциация журналистов

Драгоценный камень цвета Весны

Когда за окном белым-бело и так хочется солнца, весны и тепла, мы представляем вам уникальный камень среди драгоценных камней, чистейшего зеленого цвета, загадочный и божественный. Этими словами можно начать историю удивительного, околдовывающего камня, который пленял великих императоров, фараонов, властителей мира всех мастей и подчеркивал изысканный вкус. Все это Изумруд!

Piaget. Колье с 26-каратным колумбийским изумрудом

Название происходит от древнеперсидского и искаженного латинского «smaragdus». Более 4000 лет этот камень олицетворяет любовь, вечную молодость, страсть, красоту и гармонию в самых разных культурах. Когда империя инков была завоевана испанцами, те впервые познакомились с изумрудом, были поражены его красотой и узнали местонахождение большинства рудников. Впоследствии в колумбийской области Чивор, где в шахтах добывают изумруды, и начал создаваться рынок этих драгоценных камней, которые не только изумительно хороши по красоте, но и очень дороги.

С XVI века испанцы доставляли в Европу прекрасные колумбийские изумруды, и до XIX века эти месторождения были практически единственными поставщиками драгоценного камня на мировой рынок. В середине XIX века были открыты месторождения изумрудов на Урале по реке Токовой, а также в США и Австрии. В 1927 году начали разрабатываться крупные месторождения в Южной Америке, в 1943 году в Индии, в 1956 году в Зимбабве и в последние годы в Афганистане.

Поражает воображение большое разнообразие зеленых оттенков изумруда: укропный, шпинатный, оливковый, фисташковый, лавровый, цвета молодой зелени, густо-зеленый. Вариации окраски создаются различными соотношениями примесей хрома, железа и ванадия, причем окраска стойкая. Но только у колумбийских изумрудов непередаваемый яркий и сочный бархатистый цвет с синеватым отливом, эти камни — мировой эталон цвета и качества для изумрудов. Камни из других месторождений имеют более приглушенную, естественную зеленую окраску, как, например, уральские изумруды цвета травы. Конечно, высоко ценятся только

Vhiner
Кольцо. Золото, бриллианты, колумбийские изумруды 1,96 ct.
Подвеска. Золото, бриллианты, изумруды 3,92 ct.

прозрачные камни наивысшего качества, которые так часто встречаются в Колумбии и так редки в месторождениях других стран. На территории этой страны находится около 150 известных месторождений изумрудов, однако не все из них на данный момент освоены. Наиболее известными остаются Чивор и Музо, в этих шахтах изумруды добывались еще инками. Однако наиболее важной шахтой является Коскез, на которой работает около 60 человек, и по оценкам экспертов, добывается примерно три четверти всех изумрудов Колумбии.

Как мы уже упоминали, прозрачные камни высокого качества встречаются редко, чаще всего они замутнены включениями или трещинками. Мелкие включения не считаются существенными дефектами, они свидетельствуют о природном происхождении камня (в отличие от синтетических камней и всяких имитаций). Специалисты обозначают их французским словом «жарден» (сад). Таких изумрудов добывается много, и цена за карат в зависимости от красоты камня варьируется в существенном диапазоне. Что же подразумевается под красотой изумруда? Это сочетание красивого цвета, однородного тона без пятен, прозрачность, отсутствие трещин и посторонних включений. Все это дает особую

Art 'Orafo
Кольцо и серьги. Золото, колумбийский изумруды: в кольце 12,79 ct, в серьгах 59,84 ct, бриллианты, розовые турмалины.

BULGARI
Джулиана Мур в серьгах BULGARI со съемными грушевидными изумрудами, исключительными по характеристикам для своего размера, 52.86ct и 62.32ct.

Ванеч
Золото, платина, изумруд 6,1 ct.

игру, блеск и «огонь», особенно ярко проявляющиеся после огранки.

В огранку идет лишь треть найденных изумрудов. Лучшие камни гранят специальной разновидностью ступенчатой огранки, в которой все четыре угла камня притупляются фасетками — так называемая «изумрудная огранка». Изумруды с включениями гранятся кабошоном или же из них вытачиваются шарики для бус.

Самый большой в мире кристалл изумруда, найденный в 1974 году в Бразилии, имел массу 28,2 кг. «Изумруд Коковина» — сросток кристаллов, хранящийся в Минералогическом музее Российской академии наук, имеет массу 2,126 кг. Существует немало крупных изумрудов, не менее известных, чем прославленные алмазы или рубины. Например, так называемый «Девонширский изумруд». В 1831 году король Бразилии Педру I, напуганный растущим народным волнением, отрекся от престола и бежал в Европу. По привычке опальных монархов он прихватил с собой государственную казну и национальную сокровищницу. Приют державному вору предоставило семейство герцогов Девонширских. Естественно, беглец был вынужден отблагодарить сиятель-

Ron Ringsrud, президент Ronald Ringsrud Co. по продаже изумрудов, был вдохновлен сочетанием колумбийских изумрудов и 18-каратного золота. Он создал несколько единственных в своем роде ремней с золотыми пряжками, украшенными изумрудами. На каждой пряжке более чем 20 каратов ограненных изумрудов. Ремни были представлены на выставке JCK в Лас-Вегасе в прошлом году

Фото Robert Weldon

LIEVANO
CREAMOS SU JOYA • 1903

Lievano
Гарнитур «Королева». Белое золото, бриллианты, колумбийские изумруды исключительного качества 9,87 ct.

ных хозяев. Так на берегах туманного Альбиона появился замечательный «Девонширский изумруд». Камень имеет характерную форму шестиугольной призмы с плоским основанием. Цвет густо-зеленый, вес 1383,5 карата. Время от времени изумруд выставляют в Бирмингемском и Британском музеях.

В Британском музее естественной истории в Лондоне, в аналогичном музее в Нью-Йорке, в Алмазном фонде России имеются великолепные экземпляры изумрудов массой в сотни каратов. Среди драгоценностей Венской сокровищницы выделяется флакон для ароматических снадобий высотой 10 см и массой 2205 каратов, выточенный из цельного кристалла изумруда, а также вазочка высотой 10 см и массой 2681 карат, вырезанная в Милане в XVI веке из темно-зеленого колумбийского изумруда. Изумрудные вставки украшают многие ювелирные изделия, хранящиеся в музеях или государственных сокровищницах. В Государственном Эрмитаже хранится подвеска испанской работы XVII века в виде креста, сделанного из пяти изумрудов, массой около 125 каратов. Самой крупной считается коллекция изумрудов, хранящаяся во дворце турецких султанов в Стамбуле.

На сегодняшний день главные покупатели изумрудов из Колумбии — США (приблизительно 43%), Гонконг и Индия (около 35%).

Lievano
Кольцо «Европа». Белое золото, бриллианты, изумруд 1.56 ct, превосходного цвета.

Изумруд — идеальный талисман: издавна считалось, что он обостряет ум, оживляет сообразительность и изобретательность. Воинам придает храбрость, победителям — милосердие. Помогает предвидеть будущее, избавляет от коварных чар любви. При должном прилежании и старании владельца ведет к его славе. Активно противостоит лживости, развращенности и беспринципности своего обладателя. По преданию, изумруд был священным камнем атлантов. Сегодня — это исключительный подарок для любого торжественного случая, будь то свадьба, юбилей или день рождения.

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

МАРТ

2 марта Гумерова Хидая Фагимовна, генеральный директор компании «Алмаз-Ходинг»

7 марта Бочаров Станислав Викторович, генеральный директор ТК «Баск-Крин»

9 марта Гутерман Максим Аркадьевич, коммерческий директор Костромской ювелирной фабрики «Топаз»

13 марта Гутерман Аркадий Леонидович, генеральный директор Костромской ювелирной фабрики «Топаз»

14 марта Уткин Эдуард Юрьевич, генеральный директор ЮД «Кадо»

15 марта Царенков Александр Михайлович, генеральный директор компании «Ювелирная торговля Северо-Запада»

17 марта Андриянов Владимир Владимирович, заместитель генерального директора по снабжению компании «Тверское Золотое Княжество»

17 марта Александров Сергей Алексеевич, технический директор компании «Каст»

27 марта Файнберг Виталий Евгеньевич, заместитель генерального директора компании «Файн Арт»

DA
DANIALIS
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ СРЕДСТВО ДЛЯ ЧИСТКИ ЮВЕЛИРНЫХ ИЗДЕЛИЙ В ДОМАШНИХ УСЛОВИЯХ

НОВОЕ — это хорошо протертое СТАРОЕ!

Средство для чистки ювелирных изделий из золота/серебра.
Не содержит аммиак, можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 100 руб.

Салфетка для чистки изделий из золота.
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями: бриллиант, рубин, сапфир, аметист и пр. С осторожностью использовать для изделий с мягкими камнями. Раствор абсорбирует на себя грязь в тяжелодоступных местах.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.

НОВИНКА!

Средство по уходу за жемчугом и деликатными камнями. Подходит для чистки бирюзы, лазурита, малахита, коралла, янтаря, и изделий с искусственным чернением.
Можно работать без перчаток.
Минимальная партия — 20 шт. (2 коробки).
Стоимость 1 флакона — 120 руб.

Салфетка для чистки изделий из серебра.
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Хорошо чистит изделия с твердыми камнями.
С осторожностью использовать для изделий с мягкими камнями и чернением.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.

реклама

Салфетка для чистки ювелирных изделий «Универсальная».
Одной салфеткой можно почистить до 20 изделий!
Предназначена для чистки не очень загрязненных изделий из золота и серебра.
Стоимость 1 шт. — 17 руб.
Минимальная партия 100 шт.

Профессиональное средство для чистки прилавков и витрин.
Содержит ингредиенты, создающие антибликовое покрытие.
Без аммиака. Комплект:
флакон с триггером (500 мл)+салфетка из микрофибры.
Стоимость комплекта — 200 рублей.

На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА«Русский Ювелир». Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ. Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.
По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (ТМ «Danialis») 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7
т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61 www.danialis.ru e-mail: info@danialis.ru, suv@russianjeweller.ru

ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО» 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67- 66
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ» ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./ факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48
Республика Беларусь: РАУП «Гомельское ПО «Кристалл» 246042, г. Гомель, ул. Черниговская, д. 22 Б, тел. +375 (232) 37-72-17, тел./факс +375 (232) 39 01 85

от 2.00 до 2.99 карат
Choron
10 лет в России!
Официальный спонсор Российской футбольной Премьер-Лиги
ЧОРОН
ДАЙМОНД
от 1.00 до 1.99 карат
Развиваем бизнес вместе!
Бриллианты всех размеров и характеристик в любом количестве
Современное гранильное производство в Якутске
Лучший российский экспортер отрасли 2008 года
Эксклюзивный партнер Всемирного Золотого Совета
VIP-клиент Сбербанка России
от 0.30 до 0.99 карат
от 7-6 до 4-3,4 шт. на карат
от 40-30 до 10-7 шт. на карат
от 400-200 до 60-40 шт. на карат
CHORON
DIAMOND
ПРИНОСИТ СЧАСТЬЕ
www.choron.ru
реклама
Россия 125252 г. Москва, проезд Березовой рощи, д.6. Тел: +7 (495) 617 1111, факс +7 (495) 647 1554, e-mail: info@choron.ru
Россия 677000 г. Якутск, ул. Дзержинского, д.18. Тел: +7 (4112) 45 2302, факс: +7 (4112) 45 2711.
INDIA BELGIUM RUSSIA SINGAPORE U.A.E LUXEMBOURG